

ЕРЕВАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

С. А. АБРАМЯН

АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ  
ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС  
В МЕЖКУЛЬТУРНОМ  
КОНТЕКСТЕ

**ЕРЕВАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**С.А.АБРАМЯН**

**АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС  
В МЕЖКУЛЬТУРНОМ КОНТЕКСТЕ**

ЕРЕВАН  
Издательство ЕГУ  
2016

УДК 81'42:32  
ББК 81.1+66  
А 160

Рекомендовано к печати Ученым советом  
факультета романо-германской филологии ЕГУ

Рецензенты: д.ф.н., профессор Л.Г. Брутян  
д.ф.н., доцент А.А.Дживанян

Абрамян С.А.

А 160 Англоязычный политический дискурс в межкультурном  
контексте. -Ер., Изд-во ЕГУ, 2016. – 534 с.

Монография посвящена изучению лингвокультурологического аспекта англоязычного политического дискурса. В работе посредством лингвокогнитивного и лингвокультурологического анализов концептуальной и ценностной картин мира, в том числе базовых категорий, концептов и ценностей, характерных для англоязычной лингвокультуры, рассмотрено их влияние на специфику языковых средств реализаций речевых стратегий и тактик в англоязычном политическом дискурсе. Проанализированы способы осуществления главной – воздействующей функции политического дискурса, средства реализации функции персуазивности, а также лингво-стилистические и оценочные свойства англоязычного политического дискурса.

Работа адресована специалистам по теории политического дискурса и межкультурной коммуникации.

УДК 81'42:32  
ББК 81.1+66

ISBN 978-5-8084-2165-3

© Издательство ЕГУ, 2016  
© Абрамян С.А., 2016

## ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях глобализации, характеризующихся углублением процессов интеграции во всех областях общественной жизни и нивелированием национально-культурных границ, с одной стороны, и одновременно ростом антиглобалистских настроений, выражающихся в усилении движений в защиту национального суверенитета, стремлении к национальной самостоятельности и обособленности, с другой, важное значение приобретает научное изучение современного феномена политической коммуникации как вида речевой деятельности, ее национально-культурных особенностей, выявление и решение проблем, препятствующих эффективному межкультурному взаимодействию. Среди факторов, влияющих на процесс коммуникации, особенности национальной культуры, национального сознания и менталитета, когнитивно-ценностной картины мира имеют первостепенное значение. Они обуславливают коммуникативное поведение представителей той или иной лингвокультурной общности, оказывают непосредственное воздействие как на речевую (вербальную), так и неречевую (невербальную) коммуникации.

С точки зрения эффективности речевой коммуникации владение языком данного лингвокультурного сообщества, на котором осуществляется коммуникация, имеет первостепенное значение. Мы разделяем высказанное в лингвистической литературе мнение о том, что понятие владения языком является многоуровневой структурой и не может быть ограничено одним лишь лингвистическим фактором. Помимо лингвистических знаний, владение языком и умение его использования в речи, включая процессы говорения (письма) и понимания, предполагает владение и другими уровнями знания языка – национально-культурным, энциклопедическим (фоновым) и ситуативным (Крысин 1994: 70-77; 2007: 102-112). Национально-культурный и энциклопедический (фоновый) уровни предполагают владение национально-культурной спецификой использования языковых средств, в том числе

обусловленных обычаями и культурой устойчивых словосочетаний и оборотов, коннотаций, культурных прецедентов, реалий, культурных кодов и т.д. Ситуативный уровень владения языком предполагает умение применять языковые знания, в том числе национально-культурные и энциклопедические, сообразно с коммуникативной ситуацией (Там же, Гудков 1999). Иными словами владение языком предполагает наличие социокультурной и коммуникативной компетенций, культурной грамотности относительно тех базовых социокультурных и коммуникативных категорий и концептов, которые не только находят свое отражение в речеповеденческой деятельности представителя того или иного лингвокультурного сообщества, но и обуславливают его.

Актуальность настоящего исследования связана с необходимостью дальнейшего исследования проблем взаимосвязи и взаимовлияния человека, языка и культуры, выявления национально-культурной специфики языкового и коммуникативного сознания, изучения степени влияния категорий и концептов сознания, концептуальной, языковой и ценностной картин мира на принципы, нормы, стратегии и тактики речевой коммуникации и, в первую очередь, политической коммуникации, одной из главных функций которой является воздействие на сознание и поведение человека.

Ответственным за коммуникативное поведение человека и народа в целом является коммуникативное сознание, которое включает в себя языковое сознание и является интегральной частью когнитивного сознания. Эффективность речевой коммуникации зависит от коммуникативной компетенции коммуникантов, предполагающей знание не только того, что сказать (языковое сознание), но и когда, где, кому и как сказать (коммуникативное сознание). Полагаем, что изучение этнокультурной специфики коммуникативного поведения представителей различных национально-лингвокультурных сообществ должно идти по пути детального анализа базовых социокультурных и коммуникативных категорий и концептов, аккумулирующих сущностные знания и

представления человека об общении и правилах его осуществления в рамках конкретной лингвокультуры и проявляющих себя в языке и речи в форме культурологической составляющей.<sup>1</sup>

Последняя особенно ярко проявляется в политическом дискурсе, который оказывает непосредственное влияние на создание определенной картины мира в обществе и посредством использования определенной лексики и риторики воздействует на сознание и поведение людей. Необходимость выявления и описания методов влияния политического дискурса на общественное сознание, способов его манипулирования массами определяет несомненную актуальность данного исследования.

В лингвистической литературе существует, по меньшей мере, два урона понимания того, что представляет собой дискурс. Согласно первому определению, дискурс обозначает конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном, когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве. Иными словами, это текст плюс его вокругтекстовый фон. Согласно второму определению, дискурс понимается как совокупность тематически соотнесенных текстов, т.е. текстов по одной общей теме. Содержание (тема) дискурса раскрывается не одним отдельным текстом, но интертекстуально, в комплексном взаимодействии многих отдельных текстов (Чернявская 2013: 114-115). В настоящей работе мы используем оба уровня понимания дискурса в качестве взаимодополняемых.

Объектом настоящей работы является англоязычная речевая коммуникация в сфере политического дискурса, в том числе языковая картина мира и базовые концепты англоязычной лингвокультуры, нормы, принципы и правила английской речи, особенности английских коммуникативных стратегий и тактик, механизмы и способы воздействия на сознание и поведение человека, применяемые в политическом дискурсе.

Предметом исследования в зависимости от этапа работы становятся:

1. текстовые фрагменты английского политического дискурса, позволяющие проследить действие базовых механизмов коммуникации, выявить универсальные, также как и этноспецифические черты коммуникативных категорий и концептов, обуславливающие речеповеденческие стратегии и тактики, характерные для англоязычного политического дискурса;

2. лексические единицы в английском политическом дискурсе, отражающие языковую картину мира и реализующие понятийное содержание базисных концептов, в том числе коммуникативных, культурных кодов и символов в англоязычной лингвокультуре;

3. лексические, синтаксические и стилистические единицы, обеспечивающие персуазивность и манипулятивность политического дискурса;

4. фоновые знания, прецедентные феномены, устойчивые сравнения, фразеологизмы и паремии<sup>2</sup>, используемые в политическом дискурсе в качестве средства речевого воздействия и обоснования при решении речевых задач.

Материалом для анализа национально-культурной специфики английской речевой коммуникации послужили тексты выступлений, заявлений и статей английских и американских политических и общественных деятелей с учетом их лексических, синтаксических и стилистических особенностей, официальные отчеты о заседаниях британского парламента (Hansard), материалы англоязычной публицистики и политической литературы, данные англоязычных, русских и армянских толковых, переводческих и специализированных словарей и сборников и др.

Основной целью данного исследования является раскрытие посредством лингвокогнитивного и лингвокультурологического анализов концептуальной и ценностной картин мира, в том числе базовых социокультурных и коммуникативных категорий и концептов, характерных для политического дискурса, степени того влияния, которое они оказывают на специфику языковых средств реализаций речевых стратегий и тактик, на коммуникативное

поведение представителей англоязычного лингвокультурного сообщества в целом.

Исходя из сформулированной цели нами предполагается решение следующих задач:

1. обобщение имеющихся в лингвистических концепциях взглядов относительно культурной детерминированности принципов, норм, стратегий и тактик речевой коммуникации;

2. исследование национальной специфики английского коммуникативного сознания, выявление этноспецифичных черт содержательной и фреймовой структур базовых социокультурных и коммуникативных категорий и концептов, степени их влияния на речеповеденческие стратегии и тактики в исследуемой лингвокультуре;

3. описание лингвокультурных особенностей вербализации речевых стратегий (например, вежливости, персуазивности, интертекстуальности и др.), также как и речевых актов (опровержения, предложения, доверия и недоверия, поддержки, обещания и др.) в политическом дискурсе;

4. рассмотрение национально-культурных особенностей стиля речевой коммуникации в англоязычном политическом дискурсе их языковых проявлений в зависимости от различных коммуникативных ситуаций и жанровых особенностей;

5. раскрытие особенностей этнокультурной категоризации мира; осмысление аксиологического аспекта речевой коммуникации и его языковой актуализации в политическом дискурсе;

6. выявление базовых ценностей и концептов англо-американского политического дискурса как элементов национального менталитета, выражающих культурные приоритеты и регулирующих речеповеденческую деятельность;

7. изучение использования прецедентных феноменов, двойных номинаций, ассоциаций и символов как маркеров культурного кода с целью достижения персуазивности речи в англоязычном политическом дискурсе;



8. анализ использования стилистических средств (метафоры, повторы, параллелизмы, противопоставления и т.д.), а так же так называемых «когнитивных правил» (рассказы, пословицы, поговорки, афоризмы, крылатые выражения и т.д.) как способа речевого воздействия в политическом дискурсе, обеспечения его перлокутивного эффекта.

Научная новизна исследования заключается в том, что в ней впервые в русле стратегического и интерактивного подходов к коммуникации<sup>3</sup> на основе политического дискурса проведен анализ языковых проявлений речеповеденческих принципов, стратегий и тактик, характерных для англоязычного политического дискурса, способов и механизмов речевого воздействия, а также специфических для политической коммуникации методов речевого маневрирования. Впервые на основе интегративного лингвокогнитивного и лингвокультурологического анализа рассмотрена фреймовая структура базовых английских социокультурных и коммуникативных категорий и концептов в контексте их влияния на речевую коммуникацию. Впервые показаны риторические и стилевые особенности англоязычной политической коммуникации, использования персуазивных методов воздействия, в том числе приемов языкового манипулирования, намеренного использования разговорного и метафористического языка, а также его идиоматического, фразеологического и паремнологического фондов. Впервые посредством семантического анализа воссозданы фрагменты ценностного образа мира, детерминирующие нормы речевого поведения и регулирующие речеповеденческие стратегии и тактики в политической коммуникации. Впервые показаны функционально-жанровые и стилистические особенности политической коммуникации в межкультурном контексте, особенности проявления культурного, в том числе речеповеденческого кода, использования этнокультурных символов и ассоциаций в речевой деятельности.

Теоретическая значимость проведенного исследования заключается, в первую очередь, в систематизации накопленных в

современной лингвистике знаний относительно национально-культурной обусловленности речевой коммуникации, в том числе принципов, норм, стратегий и тактик речевого общения. Содержащийся в работе анализ когнитивных, ценностных и прагматических аспектов речевой коммуникации в сфере политического дискурса, теоретические положения о культурной маркированности когнитивных структур сознания и их влияния на речевые процессы, также как и выводы о национально-культурной специфике речевых стратегий и тактик вносит вклад в дальнейшее развитие психолингвистики, лингвокультурологии и теории межкультурной коммуникации

Следующие положения также определяют теоретическую значимость настоящего исследования.

1. Конфликты в межкультурном общении возникают, главным образом, из-за отсутствия общности сознаний коммуникантов. Информация в сознании человека храниться в виде когнитивных структур, в частности, фреймов, которые, представляют собой не только способ хранения информации, но и ее передачи. Метафорическая природа мышления во многом обуславливает культурную специфику когнитивных структур. Принятие или неприятие тех или иных когнитивных конструктов во многом зависит от базовых ценностей человека, которые культурно маркированы и требуют учета для обеспечения эффективности коммуникации.

2. Лингвокультурные концепты, в том числе коммуникативные, имеют сложную семантико-фреймовую структуру, включающую образно-перцептивный, понятийный и ценностный компоненты. Каждый из них помимо универсальных характеристик имеет и этноспецифические черты, которые непосредственно влияют как на принципы и нормы коммуникации, так и на речевые стратегии и тактики, в том числе на превалирование рационального или эмоционального начал в речи, на систему ассоциаций и ценностных приоритетов. Однако степень этого влияния различна в разных культурах: одни и те же концепты

могут представлять культурную и духовную ценность в одной культуре и обуславливать поведение народа, но не являются таковой и не влияют на поведение народа – в другой.

3. Коммуникация представляет собой обмен символами, ибо сами по себе знаки и звуки не объясняют значения тех или иных слов. В контексте межкультурного общения наибольшую трудность представляют слова с двойной номинацией, а именно их символическое, а не номинальное значение, которое в разных культурах различно и которое очень редко фиксируется в традиционных словарях.

4. Важнейшим уровнем анализа концептов является лексико-фразеологический анализ, включающий также и паремиологический фонд языка, в котором наиболее явственно отражаются ценностные приоритеты того или иного лингвокультурного сообщества, те моральные и этические установки, которые характерны для его национального менталитета.

5. С точки зрения эффективности коммуникации, в данном случае политической, важное значение имеет самоидентификация, самооценка и самовосприятие личности, его положительная саморепрезентация, от чего напрямую зависит не только аксиологическая и содержательная, но и рациональная и эмоциональная составляющие речевой коммуникации.

Практическая ценность данного исследования заключается в том, что полученные в ходе исследования результаты могут быть использованы в вузовских курсах общего языкознания, когнитивной лингвистики, психолингвистики, этнолингвистики, лингвистики текста, страноведения и лингвострановедения, мира изучаемого языка, в курсах по теории и практике межкультурной коммуникации, англоязычного политического дискурса, а также при преподавании английского языка на языковых факультетах.

Теоретико-методологическую базу монографии составили работы исследователей теории речевых актов и речевых жанров (В. Гумбольдт, Э. Бенвенист, М. М. Бахтин, Дж. Остин, Дж. Сёрль),

коммуникативных имплицатур (Г.П.Грайс), коммуникативных категорий (П. Браун, С. Левинсон), проблем национальной идентичности и межкультурной коммуникации (Л.И. Гришаева, Л.В.Цурикова), труды по языку и культуре (А. Вежбицкая, Е.М. Верещагин, Д.Б. Гудков, Ю.Н. Караулов, В.Г. Костомаров, В.В. Красных, Ю.М. Лотман, Ю.С. Степанов, В.Н. Телия и др.), коммуникативной и когнитивной лингвистике (Дж. Лакофф, И.А. Стернин и др.), теории прототипов (Э Рош, Э. Хирш), по речевой и межкультурной коммуникации (Е.В. Сидоров, Е.Ф. Тарасов, С.Г. Тер-Минасова, С. Тинг-Туми, Н.В. Уфимцева и др.), по классической и современной риторике (В.И. Аннушкин, Е.В. Клюев, Ю.В. Рождественский и др.), работы в области дискурса (В.И. Карасик, В.Е. Чернявская и др.) и анализа дискурса (Т.А. ван Дейк, Н. Фейрклаф и др.), в том числе политического дискурса (М.В. Гаврилова, Е.И. Шейгал, Р. Водак, П. Чилтон и др.). Теоретической базой в области исследования понятия «концепт» стали работы А. Вежбицкой, Д.С. Лихачева, В.И. Карасика, Ю.С. Степанова, З.Д. Поповой, И.А. Стернина, В.М. Телия, В.Е. Чернявской и др.

Цель и задачи обусловили выбор методики исследования, в основе которой – соединение элементов культурно-исторического, типологического, компаративного, социологического, количественного методов (контент-анализ и метод статистического анализа) и подходов. Различие методологии связано с постепенным переходом в конце 20 века лингвистической мысли от постулатов структурализма, в рамках которого язык рассматривается «в самом себе и для себя» как система различительных единиц, к антропологической парадигме, при которой язык рассматривается в широком контексте бытия человека – в тесной связи с сознанием и мышлением человека, его духовным миром.

## ПРИМЕЧАНИЯ

---

<sup>1</sup> Как отмечает И.А.Стернин, коммуникативное сознание, в отличие от языкового сознания, не изучается до сих пор какой-либо специальной наукой, хотя изучение коммуникативного сознания, особенно его национальной специфики, давно назрело. В настоящее время интерес к коммуникативному сознанию народа начинают проявлять культурология и лингвокультурология, этнография, этнолингвистика, а также наука о межкультурной коммуникации. По его мнению, «изучение коммуникативного сознания народа предполагает как изучение языкового сознания, так и изучение чисто коммуникативных знаний, правил и закономерностей, входящих в сознание народа». При этом автор подчеркивает, что «коммуникативное сознание народа в целом, в единстве его языковой и чисто коммуникативной составляющей, входит интегральной составной частью в когнитивное сознание нации, являясь компонентом общего когнитивного сознания народа» (Стернин 2002: 44-51).

2 Выбор в качестве одного из предметов исследования пословиц и поговорок, так же как и идиоматических выражений, устойчивых сравнений и крылатых фраз, обусловлен не только тем, что являясь квинтэссенцией народной мудрости, выражением «народной правды», они отражают базовые концепты и ценности данной лингвокультуры, но и тем, что пословицы и поговорки являются проявлением литературной и народной речи конкретного лингвокультурного сообщества, национально-культурного своеобразия его мировосприятия. В предисловии к своему знаменитому сборнику пословиц русского народа В.И.Даль пишет: «Источниками же или запасом для сборника служили: два или три печатных сборника прошлого века, собрания Княжевича, Снегирева, рукописные листки и тетрадки, сообщенные с разных сторон, и – главнейше – живой русский язык, а более – речь народа» (Даль 1957: 6). Кроме того, анализ паремий, содержащих непосредственную или опосредованную оценку речевых стратегий и тактик, способствует выявлению закономерностей функционирования речеповеденческого кода в той или иной лингвокультуре.

<sup>3</sup> Е.В.Сидоров отмечает, что в речевой коммуникации говорящий реализует свойства и ресурсы своей культуры - ценности и идеалы, оценки, цели, стереотипы, образцы действий, в связи с чем построение текста есть проекция свойств и ресурсов его культуры на знаковый материал текста. Но в силу необходимой обязательности соотношения коммуникативной деятельности говорящего с фактором адресата, проекция свойств и ресурсов культуры говорящего в знаковом материале текста регулируется со стороны образа свойств и ресурсов культуры адресата как

---

потенциального реципиента. С точки зрения представленности в ней культуры, «речевая коммуникация не есть только область знакового представления культуры говорящего; она также не есть только область реализации культурного потенциала реципиента, но она есть знаковая координация культуры говорящего и культуры реципиента настолько, насколько последняя представлена в образе культуры адресата, формируемом говорящим в пространстве действия базового механизма речевой коммуникации, состоящего в знаковой координации деятельности коммуникантов» (Сидоров 2010:144).

# ГЛАВА 1. ДИСКУРС КАК СИСТЕМА РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

## 1. Теоретические основы исследования дискурса как системы речевой коммуникации

В современной лингвистике имеются различные понимания и трактовки дискурса, однако классической считается характеристика дискурса, данная М. Стаббсом, согласно которому дискурс в формальном отношении это – единица языка, превосходящая по объему предложение, в содержательном плане дискурс связан с использованием языка в социальном контексте, а по своей организации дискурс интерактивен, т.е. диалогичен (Stubbs 1983: 1; Карасик 2002: 189).

В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» дискурс определяется как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное, социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь»» (Арутюнова 1990: 136–137).

В исследовании Е.И. Шейгал дискурс понимается как «система коммуникации, имеющая реальное и потенциальное (виртуальное) измерение» (Шейгал 2000: 21). В реальном измерении – это «текущая речевая деятельность в определенном социальном пространстве» и возникающие в результате этой деятельности тексты, в потенциальном измерении – семиотическое пространство, включающее вербальные и невербальные знаки, ориентированные на обслуживание этой коммуникативной сферы, тезаурус прецедентных текстов, типичные модели речевого поведения, а также система речевых актов и жанров, специфических для данного типа коммуникации, в данном случае – политической (Там же).

Поскольку дискурс тесно связан с речевой деятельностью и

является актом коммуникации в конкретном социокультурном контексте, невозможно его исследование в отрыве от последней.

Для понимания общих принципов и механизмов речевой деятельности необходимо рассматривать эту деятельность в том числе и с точки зрения проблемы взаимодействия языка и культуры. Язык и культура – важнейшие понятия гуманитарного знания. Если раньше ученых интересовало преимущественно то, как устроен язык сам по себе, то теперь на первый план выдвинулись вопросы о том, как язык связан с миром человека, в какой мере человек зависит от языка, каким образом ситуация общения определяет выбор языковых средств. В результате этого произошел «перенос центра тяжести с изучения системы языка на исследование речи» (Карасик 2002: 4). Этот переход, как отмечает В.И.Карасик, «носил постепенный характер и проявился в интересе к функционированию языка, далее – к условиям и обстоятельствам речевой деятельности, затем – к влиянию всей совокупности общественных норм и стереотипов поведения на сознание человека говорящего. Схематично этот переход можно обозначить как движение от структурной лингвистики к функциональной, далее – к прагмалингвистике и к культурологической лингвистике» (Там же). В русле последней, в частности, выполнена цитируемая работа В.И.Карасика, в которой проблемы культурологической лингвистики рассмотрены с трех сторон: в аспекте языковой личности как хранителя и носителя культуры народа; в аспекте культурных концептов – многомерных смысловых образований, являющихся точками пересечения ментального мира человека и мира культуры; в аспекте дискурса, т.е. текста в ситуации общения (Там же).

В настоящее время проблема взаимоотношения языка и культуры занимает одно из центральных мест также и в таких интенсивно развивающихся направлениях лингвистики, как психолингвистика, когнитивная лингвистика, этнопсихолингвистика, теория коммуникации. Теоретической основой исследований в указанных областях служит обоснованное в психологии



представление о том, что явления реальной действительности, воспринимаемые человеком в процессе деятельности и общения, отображаются в его сознании таким образом, что это отображение фиксирует причинные, пространственные и другие связи явлений и эмоций, вызываемых восприятием этих явлений, при этом образ мира меняется от одной культуры к другой. Более того, все направления современной постмодернистской мысли признают языковую концепцию реальности, утверждая, что то, что мы воспринимаем как реальность, на самом деле есть социально и лингвистически сконструированный феномен, результат наследуемой нами лингвистической системы, и наши представления о мире в большой мере определяются нашим языковым сознанием: то, как мы говорим о мире в данных нам формах языка, не только отражает наше восприятие мира, но и обуславливает его (Цурикова 2003: 162-163).

Центральным объектом изучения является при этом образ мира, существующий в сознании носителей данной культуры, который рассматривается как основополагающий компонент культуры этноса. Важнейшим при этом оказывается понятие языковой личности, в структуре которой, наряду с уникальными компонентами, выделяется национальная инвариантная часть, обуславливающая принадлежность индивида к определенному лингвокультурному сообществу (Там же: 163).

Изучение языковой личности в лингвистике связано с именем Ю.Н. Караулова, который под языковой личностью понимает «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов)» (Караулов 2007: 3). Автор выделяет три уровня организации языковой личности – вербально-семантический, лингвокогнитивный (тезаурусный) и мотивационный (прагматический), которые проявляются, взаимодействуя друг с другом, в любом речевом акте (Караулов 2007: 37-68)<sup>1</sup>.

Как отмечает В.И. Карасик, отличие его подхода от модели, развиваемой Ю.Н. Карауловым, состоит в том, что последняя

предполагает иерархию уровней, в которой высшим является прагматический уровень, средним – лингвокогнитивный, а низшим – вербально-семантический (Карасик 2002: 32). Нам представляется обоснованной точка зрения В.И. Карасика, в соответствии с которой аспекты изучения языковой личности находятся не в иерархических отношениях, а в отношениях взаимодополнительности. Следовательно, с позиций аксиологии можно рассматривать познавательный и поведенческий планы языковой личности, с позиций концептологии – ценностный и коммуникативный аспекты и, соответственно, с позиций речевого взаимодействия – ценности и языковую картину мира. При этом все названные аспекты соотносятся с языковыми способами их выражения (Карасик 2002: 32).

Согласно В.И.Карасику, социальная сущность языка заключается в том, что он существует прежде всего в языковом сознании – коллективном и индивидуальном. Соответственно языковой коллектив, с одной стороны, и индивид, с другой стороны, являются носителями культуры в языке. Коллектив как этнос или нация и индивид являются крайними точками на условной шкале языкового сознания. Носителем языкового сознания является языковая личность, т.е. человек, существующий в языковом пространстве – в общении, в стереотипах поведения, зафиксированных в языке, в значениях языковых единиц и смыслах текстов (Карасик 2002: 7)<sup>2</sup>.

С темой языкового сознания напрямую связаны и проблемы в области межкультурной коммуникации, поскольку, как отмечает Е. Ф. Тарасов, «главной причиной непонимания при межкультурном общении является не различие языков, а различие национальных сознаний коммуникантов» (Тарасов 1996: 8). Рассматривая межкультурную коммуникацию как частный случай теории речевого общения, Е. Ф. Тарасов трактует межкультурное общение как «случай функционирования сознания в аномальных («патологических») условиях, когда отсутствует оптимальная общность сознаний коммуникантов» (Тарасов 1998: 30). Определяя

межкультурное общение как общение носителей разных национальных сознаний, Е. Ф. Тарасов отмечает, что носители разных языков «будут понимать друг друга в той мере, в какой образы их сознаний пересекаются (обладают общностью), несовпадение этих образов и будет служить причиной неизбежного непонимания при межкультурном общении» (Тарасов 1996: 8).

По мнению Е. Ф. Тарасова, главным препятствием в идентичном понимании одного и того же коммуникативного акта носителями разных национальных культур являются так называемые системные (интегральные) качества культурных предметов (Тарасов 1998: 32-33). Если природные и функциональные качества материально воплощены в культурном предмете: первые – в субстанции предмета, вторые – в его форме, то системные качества в самом предмете не представлены и не доступны непосредственному наблюдению; системные качества предмета – это не его собственные качества, а качества самой системы, перешедшие в культурный предмет как часть этой системы. Системные качества культурных предметов непосредственно не наблюдаемы, сверхчувственны и часто знаковы, символичны. Знаковый, символический характер системных качеств культурных предметов, не обнаруживающий себя в самих предметах, открывается только человеку, обладающему знанием системы, в которой конкретный культурный предмет приобретает эти качества. Отсюда следует, что сверхчувственные качества предметов конкретной национальной культуры открыты только носителю этой культуры, обладающему знанием культурных и социальных систем, элементом которых являются эти культурные предметы (Там же: 33).

Именно культурные предметы второго класса являются источниками коммуникативных конфликтов, так как их знаковые свойства не становятся предметом регулярного инструктивного обучения, как это происходит с языковыми и другими знаками, а открываются носителям культуры в процессе общения и поэтому знание об их знаковых свойствах существует на бессознательном уровне и приобретается в ходе присвоения культуры (Там же: 34).

Согласно Е.Ф.Тарасову, именно знаковые свойства культурных предметов являются основной проблемой теории межкультурного общения. Подводя итог своим заметкам о построении теории межкультурного общения, он делает вывод, что пока слабость теории межкультурного общения обусловлена недостаточной разработанностью проблем знаковых свойств культурных предметов, интеркультуры и путей формирования общности сознаний у носителей разных национальных культур (Там же: 34).

С концепцией Е.Ф.Тарасова о знаковых свойствах культурных предметов перекликается теория Д. Б. Гудкова о двусторонних номинациях. К ним он относит имена, которые в одних ситуациях могут выступать как общие, а в других – как индивидуальные (Гудков 1999: 74). Слова в разных языках могут выступать в качестве двухсторонних единиц, обладая как обыденным, так и мифологическим (символическим) значением, причем национальная детерминированность мифологического значения двусторонних имен (ДИ) является их характерной особенностью (Там же: 76). В разных культурах эти значения слов могут быть разными и вследствие этого являются одной из главных причин коммуникативных неудач.

Речь и речевая коммуникация традиционно рассматриваются в качестве одной из глобальных, узловых проблем в сфере различных областей знаний, в том числе лингвистики, психологии, литературоведения, семиотики и т.п. Это определяется исключительностью роли речи в становлении человеческого сознания, в осуществлении трудовой и коммуникативной деятельности человека, в его нормальном развитии как личности и субъекта деятельности (Зимняя 2001: 15).

За последнее время был опубликован ряд работ, посвященных изучению структурных и семантических особенностей речевой, в том числе диалогической коммуникации, что свидетельствует о повышенном интересе исследователей к проблемам речи и речевого общения. Многообразие способов теоретического представления о речевой коммуникации и ее закономерностей, наличие нескольких десятков моделей речевой

коммуникации объясняется объективной сложностью и многоаспектностью самого изучаемого явления (Сидоров 2010: 8).

Как отмечает Е.В. Сидоров, строение коммуникативного акта интересует исследователей уже в течение тысячелетий. Античные ученые, определяя риторiku как способность находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета, размышляли об особенностях речевого общения. Аристотель, заложивший основы риторики, писал: «Речь слагается из трех элементов: из самого оратора, из предмета, о котором он говорит, и из лица, к которому он обращается; оно-то и есть конечная цель всего (я разумею слушателя)» (Аристотель 2000: 14). Цель оратора – убедить слушателя в чем-либо и побудить его к чему-либо. Убеждение зависит от характера и поведения оратора (ethos), от его эмоционального воздействия на слушателей (pathos), а также от самой речи, содержания логических доказательств (logos).

Хотя размышления Аристотеля об участниках речевого события и его целях звучат современно и могут быть использованы при построении модели коммуникативного акта, в модели Аристотеля, как замечает Е.В. Сидоров, странным образом отсутствует такой существенный компонент, как текст (Сидоров 2010: 12). В нашем исследовании данному компоненту речевого акта уделяется основное внимание.

Говоря о современном состоянии лингвистической теории речевой коммуникации Е.В.Сидоров справедливо отмечает, что оно характеризуется наличием застойных явлений, связанных с доминирующим положением в указанной области знаний концепций механистической ориентации, лишенных антропологического содержания (Там же: 5).

Подобный сугубо лингвистический подход к анализу речи и речевой коммуникации уходит своими корнями к модели речевого акта швейцарского лингвиста, основателя структурной лингвистики Ф. де Соссюра. Основное достоинство его модели, являющейся одной из первых среди известных моделей, или схем, коммуникативного акта современного типа, заключается в

триадичности ее состава, включающего говорящего, слушающего и акустического сигнала, расположенного между ними. Однако, хотя Ф. де Соссюр рассматривал речевую деятельность в качестве «одновременно физической, физиологической и психической», он предлагал изучать языковую систему «в себе и для себя» и, соответственно, его модель учитывала лишь сам язык, но не его пользователя, за скобками оставались личности говорящего и слушающего, их интенции, знания и представления о мире как факторы детерминирующие процесс коммуникации (Сидоров 2010: 12-13)<sup>3</sup>.

Каждая из последующих моделей коммуникативного акта (модели Г. Лассуэлла, К. Шеннона и У. Уивера, М.Л. де Флера, Ч. Осгуда и У. Шрамма, Д. Берло, Р.О. Якобсона, Л. Блумфилда, Ю.М. Лотмана, В.П. Морозова, Е.В. Сидоров и др.) внесла определенный вклад в развитие теории речевой коммуникации, в том числе и в плане преодоления основного недостатка модели Соссюра, противопоставляющей язык речи и квалифицирующей язык как явление обобщенное, социальное, а речь – как явление индивидуальное. При таком толковании речь становится явлением, лишенным универсальных свойств, не подлежащим абстрагированию и научному обобщению, что не совсем так. Речь, безусловно, в чем-то индивидуальна, т.к. принадлежит каждой отдельной личности и несет на себе отпечаток индивидуальных свойств этой личности, но она и явление социальное, если посмотреть на нее глазами науки сегодняшнего дня. Ибо если речь была бы сугубо индивидуальной, то вряд ли ей можно было научить других людей, как это делают различные методики обучения иноязычной речи. Языковая и речевая способность человека, процессы восприятия и порождения речи – это психолингвистические универсалии, а не только механизм или функция индивида (Румянцева 2004: 49). В этой связи вполне актуально и для науки сегодняшнего дня звучат идеи таких выдающихся ученых как И.А. Бодуэн де Куртенэ, А.А. Потебня, Л.В. Щерба, которые подчеркивали не только «индивидуальность»,

но и «социальность» речи.

Первой и наиболее известной моделью коммуникативного процесса стала так называемая «формула Лассуэлла» (Приложение 1). Каждый элемент формулы представляет собой самостоятельную область анализа коммуникативного процесса: «Кто говорит» – изучение коммуникатора; «Что говорит» – контент-анализ сообщений; «По какому каналу» – изучение СМК; «Кому» – исследования аудитории; «С каким результатом» – измерение эффективности коммуникации. Для знакомства с опытом исследований процесса коммуникации эта схема даже сегодня является наиболее подходящей, поскольку наглядно соотносит элементы между собой (а также потому, что большое количество исследований последующих лет проводилось уже в ее русле).

Обобщающий характер модели подразумевает включение в ее структуру всех факторов, имеющих влияние на процесс коммуникации. Так что, каждый элемент формулы в действительности является совокупностью переменных. Доказано влияние на восприятие коммуникатора характера его позиции, установок, внешности и многих других характеристик. Большой список переменных, влияние которых подтверждено конкретными исследованиями можно привести по каждому элементу формулы.

Найдя модель Лассуэлла применимой, хотя и сильно упрощенной, некоторые исследователи стали развивать ее дальше. Р.Брэддок добавил к ней еще два элемента коммуникативного акта: условия, в которых протекает коммуникация, и цель, с которой говорит коммуникатор. «Формула Лассуэлла» отражает характерную особенность ранних моделей коммуникации – она предполагает, что коммуникатор всегда старается повлиять на реципиента, и, следовательно, коммуникация должна трактоваться как процесс убеждения. Это допущение ориентирует модель на применение прежде всего в области анализа политической пропаганды.

В модели Шеннона-Уивера коммуникация также описывается как линейный односторонний процесс (Приложение 2).

Модель Шеннона-Уивера разрабатывалась в прикладных целях, что во многом определило «технический» характер созданной модели, ее «дистанционность». Главной задачей было снижение «шума» и максимальное облегчение обмена информацией. Модель описывает пять функциональных и один дисфункциональный (шум) факторы коммуникативного процесса. К функциональным элементам относятся: источник информации, продуцирующий сообщение; отправитель, кодирующий сообщение в сигналы; канал, проводящий это сообщение; получатель; цель, или место назначения. Сигнал уязвим настолько, насколько он может быть искажен шумом. Примером искажения может являться наложение сигналов, одновременно проходящих через один канал. Преимущество данной схемы состоит в очевидности того, что сообщение, отправленное источником и сообщение, достигнувшее реципиента, имеют неодинаковое значение. В контексте нашего исследования источником коммуникативного шума могут выступать культурные различия, в том числе различия в системе ценностей, нормах поведения, традициях и обычаях, нередко являющиеся причиной коммуникативных неудач.

Неспособность участников коммуникации осознать, что посланное и полученное сообщение не всегда совпадают, является частой причиной затруднений коммуникационного обмена. Эта важная мысль, заложенная в модели Шеннона-Уивера привлекла внимание и получила развитие в исследованиях де Флера, расширившего исходную модель в более разветвленную сеть (Приложение 3). Он, в частности, отмечает, что в коммуникативном процессе «значение» трансформируется в «сообщение» и описывает каким образом отправитель переводит «сообщение» в «информацию», которую затем посылает по каналу. Получатель декодирует «информацию» в «сообщение», которое, в свою очередь, трансформируется в месте назначения в «значение». Если между первым и вторым значениями есть соответствие, то коммуникация состоялась. Но, согласно де Флеру, полное соответствие является весьма редким случаем. В модели Флера учтен основной недостаток



линейной модели Шеннона-Уивера – отсутствие фактора обратной связи. Он замкнул цепочку следования информации от источника до цели линией обратной связи, повторяющей весь путь в обратном направлении, включая трансформацию значения под воздействием «шума». Обратная связь дает коммуникатору возможность приспособить свое сообщение под коммуникационный канал для повышения эффективности передачи информации и увеличивает вероятность соответствия между отправленным и принятым значением.

Включение обратной связи на правах полноправного элемента в модели таких, казалось бы, односторонних процессов как телевидение, радиовещание, пресса на первый взгляд представляется проблематичным. Но следует различать обратную связь первого порядка, когда коммуникатор может получать ее в ходе воздействия, и опосредованную связь второго порядка, получаемую на основе оценки результатов воздействия. Кроме того, коммуникатор начинает получать обратную связь не только от реципиента, но уже от самого сообщения (например, от звука и изображения на мониторе).

Но окончательным преодолением упрощенной трактовки коммуникации как одностороннего линейного процесса явилась циркулярная модель Осгуда-Шрамма (Приложение 4). Ее главная отличительная черта – постулирование циркулярного характера процесса массовой коммуникации. Другая ее особенность определяется тем, что если Шеннона интересовали в первую очередь каналы – медиаторы между коммуникатором и аудиторией, то Шрамм и Осгуд обратили свое внимание на поведение главных участников коммуникации – отправителя и получателя, основными задачами которых являются кодирование, декодирование и интерпретация сообщения.

Обзор определений «коммуникации» проведенный У.Шраммом, позволил выделить то общее, что их объединяет – существование набора информационных знаков. В этот набор могут входить не только факты, предметы, но и эмоции, латентные

значения («беззвучный язык»).

Адекватность восприятия сообщения предполагает существование области, в которой опыт коммуникатора и реципиента схожи: определенные знаки распознаются ими одинаково. Коммуникатор и реципиент имеют «фонд используемых значений», «рамки соответствия» и область, в которой они могут успешно общаться, находиться в «перехлесте» их «рамок». Успех коммуникации зависит также от ожиданий, предъявляемых участниками общения друг другу. Возможным моментом критики этой модели является то, что она создает впечатление «равноправия» сторон в процессе коммуникации. А между тем, часто этот процесс бывает несбалансированным, особенно, когда речь идет о массовой коммуникации. В этих условиях получатель и отправитель не являются столь уж равноправными участниками коммуникации и циркулярная модель, уравнивающая их как звенья одной цепи, неадекватно отражает долю их участия в процессе коммуникации.

Как считает Е.В. Сидоров, особенно близко к системному представлению речевой коммуникации подошел Р. Якобсон. Схема Р. Якобсона тоже триадична: в нее включены отправитель, сообщение, получатель, кроме того в ней присутствуют контекст, сообщение, контакт, код (Якобсон 1985: 319), т.е. все относящиеся к высказыванию факторы, а не только система языка или стилей. Другой важной особенностью данной схемы была попытка учесть не только личность и деятельность говорящего, но и личность и деятельность тех, к кому говорящий обращается, причем в указанную модель речевого акта адресант и адресат вовлечены на равных правах (Сидоров 2010: 15).

Развивая модель Р. Якобсона Е.В. Сидоров разработал деятельностьную модель речевой коммуникации, в которой адресант и адресат выступают в роли субъектов коммуникации и представлены соответственно первичной и вторичной коммуникативной деятельностью. В результате акт речевой коммуникации предстает в виде триады первичная

коммуникативная деятельность – текст (дискурс) – вторичная коммуникативная деятельность. Все эти блоки связываются в единое целое отношением взаимной координации деятельностей участников коммуникации, а сам текст или дискурс являются результатом этой деятельности (Сидоров 2010: 15).

В модели Е.В. Сидорова все компоненты взаимосвязаны и влияют друг на друга. Деятельность отправителя и адресата согласуются, координируются в ходе акта речевого общения. Это взаимовлияние происходит через текст, который является и продуктом речевой деятельности отправителя и знаковой программой для коммуникативной деятельности адресата. Цель коммуникативной деятельности отправителя состоит в том, чтобы оказать влияние на деятельность адресата, а цель коммуникативной деятельности адресата заключается в понимании текста и осознании мотива, целей, внутреннего мира отправителя сообщения. Таким образом, сущностный процесс речевой коммуникации – не передача информации, составляющая лишь его внешнюю сторону, а знаковая координация коммуникативных деятельностей ее участников (Там же: 47-48).

Модель акта политической коммуникации можно представить в качестве одного из вариантов реализации общей модели речевой коммуникации, в которой целью речевой деятельности является обеспечение успешности деятельности отправителя сообщения путем знакового управления деятельностью адресата. Однако специфичность политической коммуникации заключается в том, что ее реализация зачастую затрагивает межкультурный контекст, причем в самых разнообразных сочетаниях, что может создать дополнительные трудности для взаимопонимания и препятствовать эффективности коммуникации.

Возможные модели политической коммуникации в межкультурном контексте могут включать следующие варианты: адресант – текст (дискурс) - адресат (отличный от адресанта по своей национально-культурной и этнической принадлежности в рамках одной лингвокультуры); адресант – текст (дискурс) - адресат

(отличный от адресанта по своей национально-культурной и этнической принадлежности в рамках разных лингвокультур); адресант – текст (дискурс) - адресат (несколько адресатов отличных друг от друга по своей национально-культурной и этнической принадлежности в рамках разных лингвокультур) и т.д.

В ходе политической коммуникации в межкультурном контексте возможны противоречия не только из-за различий когнитивных баз носителей разных культур, но и стратегических и тактических целей и установок участников коммуникативного акта, осуществляющих первичную и вторичную коммуникативную деятельность. Поэтому разработанная нами на основе политического дискурса комплексная модель интерактивной коммуникации в межкультурном аспекте включает такие важные на наш взгляд элементы как культурно-когнитивная база коммуникантов, которая, будучи культурно-маркированной, влияет как на индивидуальное так и коллективное пространство, фоновые знания, а также социально-прагматические и политические установки коммуникантов (Приложение 5).

Несмотря на значительный сдвиг современной лингвистики от структурализма к исследованию психилингвистических и социолингвистических проблем, связанных с речеповеденческой деятельностью человека, противопоставление языка и речи продолжает оставаться одним из ее характерных проявлений. Так, например, такой подход характерен для одного из основных направлений современной лингвистики – теории генеративной грамматики американского лингвиста Н.Хомского, утверждавшего, что люди рождаются с врожденными грамматическими способностями, которые развиваются вне связи с какими-либо коммуникационными процессами. «Мы, – пишет он, – проводим фундаментальное различие между компетенцией (знанием своего языка говорящим – слушающим) и употреблением (реальным использованием языка в конкретных ситуациях). Только в идеализированном случае. употребление является непосредственным отражением компетенции. В действительности

же оно не может непосредственно отражать компетенцию» (Хомский 1972(б): 9-10). Как считает Л.П. Крысин, предложенную Н.Хомским дихотомию competence/performance при интерпретации языковой способности и речевой деятельности человека можно было бы рассматривать как «одну из первых попыток «более эксплицитного определения понятия «владения языком», если бы не крайний «грамматизм» хомскианского толкования языковой способности (competence), при котором основной упор делает на ее лингвистическую сторону при полном игнорировании социокультурных, ситуативных и других прагматических факторов (Крысин 1994: 67)<sup>4</sup>. Тем не менее, теория Н.Хомского безусловно носила революционный характер, ибо бросала вызов господствующей в то время так называемой «дескриптивной» лингвистике, которая опираясь на принципы бихевиоризма, напрочь отрицала целесообразность обсуждения проблем, связанных с человеческим сознанием на основании невозможности наблюдения механизмов человеческого мозга.

Американский социолингвист Д. Хаймс на основе идеи Н.Хомского о лингвистической компетенции ввел в употребление по аналогии с хомскианским термином «языковая компетенция» термин «коммуникативная компетенция». Д. Хаймс, критикуя концепцию Н.Хомского, отмечал, что «существуют правила употребления, без которых правила грамматики бесполезны» (Hymes 1972: 278). Согласно Д. Хаймсу, эти правила, усваивающиеся ребенком в процессе социализации, регулируют формулирование и понимание высказываний в соответствии с ситуацией, в которой осуществляется речевая деятельность, т.е. речь шла о навыках использовании языка в изменяющихся ситуациях и условиях речи. Концепция Д. Хаймса, означавшая способность правильно использовать язык для достижения коммуникативной цели, являлась сдвигом в сторону человеческого фактора и по сути коррелировала с положениями теории речевых актов Дж. Остина (1962) об условиях успешности речевого акта. О недостаточности одних лишь лингвистических знаний для осуществления речевой

коммуникации отмечали и другие авторы, в частности У. Лабов (1972), С. Эрвин-Трипп (1973), Ч. Филмор (1973), М. Канейл и М.Свейн (1980) и др.

Для осуществления различных видов речевой деятельности в ситуации общения человек использует целый ряд компетенций как неязыковых, так и собственно языковых. К общим неязыковым компетенциям относятся так называемые декларативные знания, включающие как знания о мире, так и социокультурные знания. Картина мира, сформировавшаяся у взрослого человека, отличается сложной организацией как в концептуальном, так и в языковом плане и четко соотносится со словарем и грамматикой родного языка. Успешность коммуникации зависит от совпадения концептуальной и языковой картин мира участников общения. Между тем социокультурные знания применительно к стране изучаемого языка зачастую являются для изучающего язык принципиально новыми, при этом попытки опереться на уже имеющийся опыт и сложившиеся стереотипы могут привести к формированию у изучающего язык искаженных представлений об изучаемом языковом сообществе. Социокультурные знания о том или ином языковом сообществе могут охватывать самые разнообразные области, в том числе географические и исторические реалии и персоналии, систему ценностей, убеждений, социально-экономических и политических отношений, межличностные отношения, включая понятия власти и солидарности, повседневную жизнь, условия жизни, традиции, обычаи, правила этикета, выполнение ритуалов, язык жестов и т.д. Знания о системе ценностей и представлений, принятых в определенных социальных группах других стран и регионов (например, о религиозных убеждениях, табу (запретах), общественных, исторических фактах и др.) необходимы для осуществления межкультурной коммуникации (Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: Изучение, преподавание, оценка 2003: 10-11, 103-105).

Безусловно, лингвистический (языковой) аспект речи является ее основной составляющей, ибо речь – это исторически

сложившаяся форма общения людей посредством языковых конструкций, создаваемых на основе определенных правил. В Лингвистическом энциклопедическом словаре (М.,1990) Н.Д.Арутюнова определяет речь как «конкретное говорение, протекающее во времени и облечённое в звуковую (включая внутреннее проговаривание) или письменную форму. Под речью понимают как сам процесс говорения (речевую деятельность), так и его результат (речевые произведения, фиксируемые памятью или письмом). Речь есть воплощение, реализация языка (кода), который обнаруживает себя в речи и только через неё выполняет своё коммуникативное назначение. Если язык – это орудие (средство) общения, то речь есть производимый этим орудием вид общения...». (Ср. с определением речи в словаре Вебстера: “the communication or expression of thoughts in spoken words” («передача или выражение мыслей посредством произнесенных слов»)<sup>5</sup>.

Вместе с тем, «речь – это язык, функционирующий в контексте индивидуального сознания» (Рубинштейн 1999: 382), поэтому речь к тому же и явление психологическое. Процесс речи предполагает, с одной стороны, формирование и формулирование мыслей языковыми (речевыми) средствами, а с другой стороны – восприятие языковых конструкций и их понимание. Таким образом, речь представляет собой психолингвистический процесс, форму существования человеческого языка.

Как отмечал русский лингвист И.А.Бодуэн де Куртене, «сущность человеческого языка исключительно психическая. Существование и развитие языка обусловлено чисто психическими законами. Нет и не может быть в речи человеческой или в языке ни одного явления, которое не было бы вместе с тем психическим» (Хрестоматия по истории русского языкознания 1973: 386). Поэтому обучение речи должно быть непременно обусловлено не только лингвистическими, но и психологическими законами.

Хотя долгие годы возникший на Западе структурализм оставался преобладающим направлением в лингвистике, тем не менее, традиционная, лингвистика как наука имеет глубокие

психологические корни, ибо вплоть до 20-х годов XX века ученые признавали в языке и речи несомненное психическое начало и не отрывали эти явления от самого человека. В.фон Гумбольдт, В. Вундт, Х. Штайнталь, А.А. Потебня, И.А. Бодуэн де Куртене, Ф.Ф. Фортунатов, В.А. Богородский, А.А. Шахматов, А.М. Пешковский, Е.Д. Поливанов, Л.В. Щерба и другие выдающиеся языковеды объединяли лингвистику с психологией и даже прямо относили языкознание к области психологической науки (Румянцева 2004: 18-19). «Язык,- писал В. фон Гумбольдт еще в 30-х годах XIX столетия, – представляет собой постоянно возобновляющуюся работу духа, направленную на то, чтобы сделать артикулируемый звук пригодным для выражения мысли» (Цит. по: Алпатов 2001: 69).

К середине 50-х годов XX века, психологическое направление в языкознании продолжило свое развитие, что было связано с именами таких известных советских ученых, занимавшихся вопросами психологии речи, как Н.И.Жинкин и В.А.Артемов. «Человеческий язык, – писал Н.И.Жинкин, – обладает той замечательной особенностью, что из ограниченного числа речевых звуков (фонем) образует громадное число слов, из слов может быть составлено бесконечное число предложений, из предложений могут быть сформированы тексты (речь) также в бесконечном разнообразии. Любая новая ситуация может быть отражена в речевом высказывании. Вот почему следует считать, что речь это творческая функция человеческой психики. Но такая функция может быть развита на определенной анатомо-физиологической основе» (Жинкин 1998: 321).

Новый виток сближения языкознания с психологией отмечался в те годы и на Западе. Так, французский лингвист Э. Бенвенист утверждал, что «нельзя ограничить всю лингвистику описанием языковых форм», ибо «при подобном подходе за бортом оказывается сам человек, личность, порождающая и воспринимающая речь» (Цит. по: Алпатов 2001: 6).

Лингвистику, в первую очередь интересует в речи то, как она осуществляется согласно правилам конкретного языка при помощи



языковых средств – фонетических, морфологических, синтаксических, лексических и стилистических. С точки зрения психологии, принципиальным в речи является тот факт, что «речь занимает важное место в системе высших психических функций человека, ее привлекают взаимоотношения речи с другими психическими процессами, прежде всего мышлением и памятью, а также сознанием, эмоциями и т.д.» (Румянцева 2004: 18)<sup>6</sup>.

Согласно Л.В.Щербе (1974), все формы слов и все сочетания слов нормально создаются в процессе речи в результате весьма сложной игры сложного речевого механизма в условиях конкретной обстановки данного момента. Этот механизм, эту речевую организацию человека Л.В.Щерба характеризовал как исключительно психофизиологическую, используя данный термин с целью указать на то, что при этом «имеются в виду такие процессы, которые частично (и только частично) могут себя обнаружить при психологическом самонаблюдении». При этом, он подчеркивал, что сама эта психофизиологическая речевая организация индивида<sup>7</sup> вместе с обусловленной ею речевой деятельностью, включающей процессы говорения (письма) и понимания, является социальным продуктом. Малейшее изменение в содержании, т.е. в условиях существования данной социальной группы, например, иные формы труда, переселение, а следовательно и иное окружение и т.п., немедленно отражается на изменении речевой деятельности данной группы и причем одинаковым образом, поскольку новые условия касаются всех членов данной группы (Там же).

Разные подходы и концепции к описанию речи, например, речь – это действие, т.е. поведение (В.В.Выгодский 1982: 150), речь коррелирует с сознанием (Рубинштейн 1999: 381; Лурия 1979), речь тождественна речевой деятельности (Леонтьев А.Н. 1975; Леонтьев А.А. 2003) объясняются несомненной сложностью анализируемого феномена, а также самой природой его теоретического познания исследователями различных школ и направлений. Ни одну из концепций нельзя, видимо рассматривать как единственно правильную или в чем-то неверную. Все они имеют свои основания

и по-своему интерпретируют какие-то стороны и связи описываемого явления. Они определены как временем разработок и уровнем развития науки на тот момент, так и разными исходными точками зрения исследователей, их пониманием психолингвистической природы речи (Румянцева 2004: 21-23).

Во всяком случае при описании модели речи следует иметь в виду ее комплексный, многосторонний и интегративный характер. Речь, прежде всего, имеет семиотический (знаковый) характер, что является ее лингвистической стороной. Это языковой код, действующая языковая система, то средство, при помощи которого человек мыслит и осуществляет общение с миром и другими людьми. Но, что очень важно, с другой стороны, речь – это еще и явление психики человека (личности), его высшая психическая функция, особый психический процесс.

Как психический процесс, речь связана со всеми другими психическими процессами, которые традиционно рассматриваются как когнитивные (познавательные): сенсорными ощущениями и восприятием, вниманием и памятью, мышлением и воображением, т.е. с теми процессами, в ряду которых речь находится, вместе с которыми развивается и при помощи которых человек познает мир. В то же время, все эти процессы не просто влияют на порождение и развитие самой речи, содействуют и сопутствуют ей, но являются органическими речевыми составляющими (Румянцева 2004: 25).

О речи можно говорить и как об особой форме человеческого поведения, т.е. как о речевом поведении. Поведение в традиции бихевиоризма понимается скорее физиологически – это, как отмечает А.Ребер, автор одного из самых авторитетных американских психологических словарей, любая измеряемая реакция организма, которая охватывает активность (деятельность): действия, реакции, движения, процессы, операции и т.д. (Reber 1995: 86). Российская психологическая наука определяет поведение как «внешние проявления психической деятельности человека» (Гиппенрейтер 2000: 51).

Эти внешние проявления психической деятельности

(активности) имеют, однако, несомненную биологическую (физиологическую) основу и являются неотъемлемой частью внутренних психических процессов, свойств и состояний человека: его эмоций и чувств, сознания и подсознания, способностей и интеллекта, характера и темперамента, потребностей и намерений, мотивов и целей (Румянцева 2004: 27).

Поведение, в том числе речевое, всегда обусловлено также социальными факторами – культурой, национальными особенностями, этикой, воспитанием, обучением, межличностным общением, – которые в процессе интериоризации становятся внутренними компонентами психических структур. Внешние проявления психофизиологических процессов в речевом поведении людей находят свое выражение, прежде всего в фонетической стороне речи – в вибрации голоса, его тембровых модуляциях, увеличении или уменьшении громкости звучания речи, интонации, паузации, речевом темпе, скорости речевых реакций.

Все это сопровождается экстралингвистическими факторами – мышечным напряжением или релаксацией, особым речевым дыханием, позой, жестами, движениями, мимикой, изменением цвета лица, выражением глаз и т.д. К более крупным актам речевого поведения относятся такие речевые действия как, например, брань, нотация или похвала, выраженные определенными лексико-грамматическими или просодическими средствами.

В советской психологии действие традиционно считалось одновременно и основной единицей деятельности, и основной единицей поведения. Однако, как считает И.М. Румянцева, деятельность и поведение (в данном случае – речевое) как психологические феномены стоит разграничивать. Если деятельность всегда контролируется сознанием, то поведение может быть спонтанным, импульсивным, аффективным, сознанием не контролируемым. «Как часто с уст людей произвольно слетают слова, о смысле которых они впоследствии жалеют; и как часто эти слова бессознательно оказываются окрашенными в агрессивные или просительные-уничижительные интонации» (Там же: 29)<sup>8</sup>.

Как известно, классикам советской психологии Л.С.Выгодскому (1982: 18-19) и С.Л. Рубинштейну (1999: 552) принадлежат идеи расширенного толкования сферы когнитивного, познавательного и включения в нее аффективно-эмоциональных и волевых процессов: ощущений аффективного и эмоционального характера, собственно эмоций и аффектов, чувств и настроений, также как и воли. Некоторые исследователи, как, например, И.М. Румянцева, идут еще дальше, считая, что все когнитивные процессы, и речь в том числе, имеют «эмоциональную» основу (Румянцева 2004: 26).

Конечно, невозможно отрицать важной роли эмоциональной составляющей в коммуникации. Например, говоря о синтаксических изменениях, которые происходят под воздействием эмоций, в современной языковедческой литературе отмечается, что «в языке под влиянием эмоций происходят разнообразные формальные изменения. Это – нарушение грамматической структуры, сдвиг грамматических времен, повторы, риторические вопросы и прочие изменения лингвистических средств» (Кнарр 1963: 54). Отмечая проявление эмоций на лексическом уровне, Э.А.Нушикян указывает, что «эмоциональные коннотации обнаруживаются и распознаются в тексте благодаря эмоционально-оценочным прилагательным, существительным, глаголам, содержащим оценку в своей семантике» (Нушикян 1986: 47).

Ярче всего взаимодействие психической и языковой сторон речи проявляется на фонетическом или, точнее, фонопросодическом уровне (Румянцева 2004: 31-32). Известно, что в речевой коммуникации употребляются не только вербальные, но и невербальные средства, что между вербальным и невербальным каналами наблюдается теснейшее взаимодействие и взаимовлияние. Например, приветливые слова, произнесенные язвительным тоном, теряют приветливый смысл (Сидоров 2010: 32). Вербальное сообщение всегда сопровождается использованием невербальных факторов, например, акцента или интонации, в то время как невербальные коммуникационные действия, например,

прикосновение или похлопывание по плечу могут происходить без слов. Эмоциональное и неосознанное воздействуют также на невербальные компоненты коммуникации, включенные в речь (миимику, жесты, фонации типа междометий и т.п.). Все это говорит о задействовании обоих полушарий головного мозга в ходе речевой коммуникации<sup>9</sup>.

В то же время считаем неправомерным преувеличивать значение эмоционального фактора в коммуникации, относящегося к сфере бессознательного. Коммуникация строится не только на эмоциональной, но и рациональной основе. Как известно, коммуникативные стратегии и тактики обусловлены когнитивными категориями и концептами, которые лежат в основе коммуникативного сознания. Последнее – это совокупность коммуникативных знаний и коммуникативных механизмов, которые обеспечивают весь комплекс коммуникативной деятельности человека, совокупность знаний о принципах и нормах поведения в конкретном лингвокультурном сообществе. Концепт «эмоциональность» является лишь одним из множества других не менее важных коммуникативных концептов (например, вежливость, коммуникативная доверчивость, коммуникативное давление, сохранение лица, толерантность, грубость, спор, конфликт и т.д.), лежащих в основе коммуникативного сознания и обуславливающих речеповеденческую деятельность (см.: Стернин 2002). Кроме того, в ходе коммуникативного акта эмоциональность говорящего регулируется его восприятием образа собеседника и ситуации общения, т.е. ментальным актом говорящего.

В попытках осмыслить природу речевой коммуникации выделяют четыре основных случая применения знаков: информативный, оценочный, побудительный и системный. Если в первом случае знаки используются, чтобы информировать кого-либо о свойствах объектов или ситуаций, то во втором – чтобы побудить кого-либо к предпочтительному поведению по отношению к определенным объектам или ситуациям, в третьем – чтобы вызвать определенную линию поведения, в четвертом – чтобы организовать

предрасположенность к поведению, уже вызванную другими знаками (Сидоров 2010: 10).

Как справедливо отмечает Е.В.Сидоров, второй, третий и четвертый случаи – разновидности одного явления, а именно побудительного по своему содержанию употребления знаков, в связи с чем все они могут быть оценены как варианты единого координационно-деятельностного назначения знаков. Что же касается первого, так называемого информативного случая применения знаков, то в реальности по поводу такого рода применения знаков как отдельного случая не могут не возникать сомнения, поскольку информирование всегда функционально обусловлено **побуждением** к определенному поведению. Если бы это было не так, то тогда можно было бы вести речь о некоем немотивированном информировании, однако допущение последнего есть не что иное, как фантазия. Таким образом, речевую коммуникацию, которая не может не быть употреблением знаков, «следует трактовать как координируемое **управление** деятельностью, в котором деятельности изменяются, необходимым, а не только случайным образом, необходимым образом соотносятся друг с другом» (Сидоров 2010: 10).

Речь является одной из важнейших форм взаимодействия и общения (коммуникации).

Согласно лингвистическому энциклопедическому словарю, коммуникация – «это общение, обмен мыслями, сведениями, идеями и т. д. – специфическая форма взаимодействия людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности. Человеческие формы коммуникации характеризуются главным образом функционированием языка как важнейшего средства человеческого общения. Коммуникация складывается из коммуникативных актов (единица коммуникации), в которых участвуют коммуниканты, порождающие высказывания (тексты) и интерпретирующие их. Коммуникация в любом случае обусловлена экстралингвистическими факторами (ситуативная конкретность, пресуппозиция, национально-культурная традиция)» (ЛЭС 1990: 233). Таким образом,

коммуникация как взаимодействие людей, состоит не только из общения, обмена коммуникативными актами, но и их интерпретации.

В.В. Виноградов (1963: 5-6) выделял «три важнейшие общественные функции языка: общение, сообщение, воздействие». Согласно В.В. Дементьеву, для реализации этих функций используются как прямые (языковые), так и не прямые средства; соответственно можно говорить о не прямом общении, не прямом сообщении и не прямом воздействии, представляющих собой три разных типа не прямой коммуникации (НК) (Дементьев 2006). Понимая коммуникацию, в соответствии с интеракционной моделью коммуникации, в качестве конститутивного элемента культуры, деятельности и социальных отношений, то есть гораздо шире, чем просто обмен информацией, автор подчеркивает «социокультурный характер коммуникации (где роль сущностей отводится речевым актам и дискурсу, а основополагающее отношение между данными сущностями составляют вероятностные зависимости правил дискурса, но не каузативный детерминизм), коллективный характер интенциональности, интеракционная и символическая обусловленность передаваемых и принимаемых (выводимых) коммуникативных значений и смыслов» (Дементьев 2006: 5).

Как пишет В.В. Дементьев, «можно утверждать, что категория не прямой коммуникации является не только одной из важнейших коммуникативно-речевых категорий, но и важнейшей языковой категорией. Обусловленность функционирования языка данной категорией очевидна. Из теорий актуализации и референции известно, что любой переход от языковых значений компонентов высказывания к их речевым смыслам требует интерпретативных усилий адресата и что, таким образом, любые формы речевого общения содержат элементы не прямой коммуникации» (Там же)<sup>10</sup>.

Отходом от сосюровских подходов чистой лингвистики явилась также теория речевых актов, сложившаяся на основе идей Дж.Остина в начале 60-х годов XX в. Как известно, речь не образуется ни словами, ни предложениями, она образуется

высказываниями (речевыми актами), которые и являются предметом изучения указанной теории. Как отмечает А. Вежбицка, «теория речевых актов ставит себе в заслугу то, что интересующим ее предметом являются единицы, гораздо теснее связанные с действительностью, чем те, которыми занималось все языкознание прошлого – как традиционное, так и структуральное или трансформационное. Фонемы, морфемы, слова, фразы или предложения – это единицы абстрактные и «мертвые»: живая речь слагается из «актов», структура которых детерминирована непосредственно их прагматической функцией» (Вежбицка 2007: 237).

Согласно теории речевых актов, нельзя понять сущность языкового употребления, ограничиваясь изучением отношения высказывания к действительности с точки зрения истинности – ложности, необходимо включать в рассмотрение отношение высказывания к говорящему и адресату. Рассматривая языковое употребление под таким углом зрения, речевая модель Дж.Остина представляет структуру речевого акта в качестве трехуровневого образования, состоящего из локутивного, иллокутивного и перлокутивного актов. Отмеченная в данной модели «тройственная природа» речевого акта помимо всего прочего объясняет и то, как может произойти коммуникативная неудача даже если говорящий и слушающий принадлежат к одной культуре (Bowe, Martin 2009: 15), почему полное понимание сообщения, т.е. совпадение иллокутивного и перлокутивного актов, в реальной коммуникации происходит очень редко (Clyne 1994: 134).

Важное значение для обеспечения эффективности общения имеют сформулированные Дж.Серлем правила, необходимые для осуществления конкретного иллокутивного акта, а также разработанные Г.П.Грайсом принципы коммуникативного взаимодействия и правила (максимы), обеспечивающие их соблюдение. Однако рассматривая его коммуникативные принципы и постулаты следует признать, что в разных культурах имеются свои правила коммуникативного, в том числе речевого общения, которые



не всегда совпадают с правилами Г.П.Грайса, а порой прямо противоречат им. Как справедливо отмечают Х.Боу и К.Мартин, каждый язык и культура могут иметь свои понимания количества, качества, отношения и манеры общения, свои ценностные ориентации относительно правды и гармонии, свое представление о милосердии, уважении и сотрудничестве. Неудивительно, поэтому, что постулаты Г.П. Грайса были подвергнуты критике рядом исследователей (М. Клайн, А.Вежбицка), увидевших в них сугубо англоцентричный подход (Bowe, Martin 2009: 13; Clyne 1994: 194-195).

То же можно сказать и о модели П.Браун и С.Левинсона, являющейся одной из основных моделей по теории вежливости, которая, хотя и имеет важное значение с точки зрения эффективности речевого общения, не представляется однозначной в контексте межкультурных различий. Например, проводя прямую связь между понятием вежливости и косвенности речи, авторы модели считают, что чем менее определенным является намерение высказывания, тем более вежливым выглядит само высказывание; и наоборот, чем более определенным и ясным является намерение высказывания, тем менее вежливым является оно. Однако, как показали исследования целого ряда авторов, взаимосвязь между уровнем вежливости и косвенности речи различна в разных культурах (Bowe, Martin 2009: 37).

Так, например, если для англо-американского речевого этикета характерна прямота и определенность высказывания, то для армянской речи характерна уклончивость и неопределенность. Для армянской культуры характерно частое употребление перформативов и императивов при высказывании советов и других директив (использование косвенных речевых актов, при которых, например, высказывание в форме приказа в определенной ситуации выступает в виде просьбы), что для культур, где коммуникационной нормой является косвенность высказывания, может считаться не очень вежливым. Подобные различия зависят как от ситуации и контекста, так и когнитивного статуса культурных норм в речевом

этикетке, зависимости последнего от ценностных ориентаций данной лингвокультурной общности, в том числе и от культурно-обусловленных трактовок понятия вежливости.

Разрабатывая теорию речевых жанров М.М.Бахтин отмечал, что «говорящему даны не только обязательные для него формы общенародного языка (словарный состав и грамматический строй), но и обязательные для него формы высказывания, то есть речевые жанры; эти последние так же необходимы для взаимного понимания, как и формы языка. Речевые жанры, по сравнению с формами языка, гораздо более изменчивы, гибки, пластичны, но для говорящего индивидуума они имеют нормативное значение, не создаются им, а даны ему. Поэтому единичное высказывание при всей его индивидуальности и творческом характере никак нельзя считать совершенно свободной комбинацией форм языка» (Бахтин 1979: 256-257, 260).

В этой связи особенно следует отметить диалогическую модель М.М.Бахтина, который одним из первых обратил внимание на диалогическую природу коммуникации. М.М.Бахтин особо подчеркивал активную роль не только говорящего, как это традиционно делали предыдущие исследователи начиная с Ф. де Соссюра, но и слушающего в ходе речевого общения, их взаимодействие и взаимовлияние, подчеркивая, что речевое общение является сложным и многосторонне-активным процессом. «В самом деле, – пишет М.М.Бахтин, – слушающий, воспринимая и понимая значение (языковое) речи, одновременно занимает по отношению к ней активную ответную позицию: соглашается или не соглашается с ней (полностью или частично), дополняет, применяет ее, готовится к исполнению и т. п.; и эта ответная позиция слушающего формируется на протяжении всего процесса слушания и понимания с самого его начала, иногда буквально с первого слова говорящего. Всякое понимание живой речи, живого высказывания носит активно-ответный характер (хотя степень этой активности бывает весьма различной); всякое понимание чреват ответом и в той или иной форме обязательно его порождает: слушающий

становится говорящим» (Бахтин 1979(а): 260).

Таким образом, одной из главных характеристик речи выступает ее определение как важнейшего средства общения, в котором одинаково участвуют как говорящий так и слушающий. «Речь – это деятельность общения – выражения, воздействия, сообщения – посредством языка; речь – это язык в действии» (Рубинштейн 2002: 454)

Хотя долгое время идеи М.М.Бахтина оставались невостребованными, многие из них, как уже отмечалось, легли в основу современных теорий дискурса и моделей речевой коммуникации. Так, В.Е.Чернявская, обращая внимание на когнитивный и нормативный характер дискурса и рассматривая его в качестве типологически предзаданного способа мышления и коммуникативно-речевой практики, пишет: «Дискурс – это система ограничений, накладываемых на возможные высказывания в силу определенной социальной, идеологической, в том числе научной позиции. Мы утверждаем, что дискурс выражает индивидуальное, коллективное речевое действие, которое институционализировано, т.е. связано с относительно устойчивыми типами и формами социальной практики. Это значит далее, что дискурс предлагает определенные, такие и не иные, стандарты коммуникативно-речевого поведения отдельных лиц в типичных ситуациях» (Чернявская 2013: 133).

Развитие мыслей М.М.Бахтина о диалогической природе речевой коммуникации, выходящих за пределы эгоцентрически-информационных концепций в область интерактивных интерпретаций, мы находим у последующих авторов, в частности, в работах Е.В.Сидорова и в его координационно-деятельностной модели речевой коммуникации.

Как отмечает Е.В.Сидоров, «лингвистическая наука речевой коммуникации имеет возможность продвинуться вперед в понимании сущности коммуникативного процесса за счет продуктивного использования в научной интерпретации сущности речевой коммуникации категории живой человеческой деятельности

в рамках деятельностного, системно-интерактивного подхода» (Сидоров 2010: 5). Деятельностная модель исходит из утверждения, объясняющего природу речевой коммуникации и заключающегося в том, что если кем-то что-то сказано, значит кем-то кому-то предложена знаковая программа действия (действий, поведения). При этом в качестве действия понимается как только мыслительное действие понимания, усвоения смысла, освоения ценности, так и психическое действие, сопровождаемое речевым или неречевым действием<sup>11</sup>.

Среди факторов, определяющих речевую деятельность коммуникантов исследователи указывают на систему языка, знания (когнитивную базу), жизненный и коммуникативный опыт, социальные и психологические особенности говорящего и его партнера-адресата (например, социальный статус, ценности, идеалы, предрассудки, стереотипы, образцы действий и т.п.), преследуемые в общении цели, обстановку и условия общения, нормы (а также ритуалы, правила, схемы, фреймы и сценарии) поведения вообще и коммуникативного поведения в частности, свойственные данной культуре, а также ряд других факторов. Однако, как отмечает Е.В.Сидоров, «в силу того, что коммуникация – это процесс человеческий, на организацию деятельности говорящего (отправителя сообщения) и, следовательно, на организацию текста как ее продукта, на самом деле оказывают детерминирующее влияние скорее деятельностно, субъективно формируемые образы этих факторов, чем сами эти факторы» (Сидоров 2010: 89).

Тем самым автор подчеркивает ту важную роль, какую играют мыслительные (когнитивные) образы, категории и концепты в организации речевой деятельности. Указывая на это обстоятельство, И.А. Стернин отмечает, что коммуникативное поведение народа определяется его коммуникативным сознанием и представляет собой способ овнешнения коммуникативного сознания – подобно тому, как язык представляет способ овнешнения когнитивного сознания. Коммуникативное сознание человека образовано коммуникативными категориями и концептами,

упорядочивающими знания человека об общении и нормах его осуществления. Как коммуникативные, так и языковые категории могут быть представлены на рефлексивном уровне сознания (знание, умение), бытийном уровне (навык), а некоторые – и на духовном уровне (Стернин 2002: 49-51).

Вычленение концептов в качестве основных ментальных структур, обуславливающих речеповеденческую деятельность человека является еще одним проявлением антропоцентричности современной лингвистической науки, делающей упор на взаимосвязь языка, человека и культуры. Как отмечает С.Г. Воркачев, «культурные концепты – это, прежде всего, ментальные сущности, в которых отражается «дух народа», что определяет их антропоцентричность – ориентированность на духовность, субъективность, социальность и «личную сферу» носителя этнического сознания» (Воркачев 2003: 10).

Таким образом, отход от структурализма и развитие функционального и когнитивного направлений в современной лингвистике, позволяющих изучать язык в его основном значении как средства общения, привели к тому, что стало возможным для исследователей вести речь помимо системы языка, также и о системах речи и речевой деятельности.

Сегодня все чаще можно встретить мнение, что лингвистика 21 века – это лингвистика речевой деятельности (Концептуальная систематика речевой коммуникации 2014: 15). Перемещению акцента лингвистических исследований от языка к речи и речевой деятельности во многом способствовало осознание того факта, что языковые категории, как и категории ментального порядка, имеют субъективный характер, поскольку их «творцом» и «архитектором» является субъект говорящий и думающий – человек. Именно этот фактор придает науке о языке антропоцентрический характер, согласно которому в центре внимания исследователей и исследований оказывается языковая / коммуникативная личность (Там же: 10).

На современном этапе традиционная лингвистика

рассматривает коммуникацию как процесс передачи информации от одного человека к другому или между группами людей по разным каналам и при помощи различных коммуникативных средств. Субъектами в коммуникативном процессе выступают «коммуникативные личности». Коммуникативная личность – это, прежде всего, человек, индивид, который представляет из себя совокупность индивидуальных коммуникативных стратегий и тактик, когнитивных, языковых, семиотических, мотивационных предпочтений, сформировавшихся в процессах коммуникации, а также совокупность различных характеристик, в том числе психических, этнокультурных, социальных, общеобразовательных и др., которые находят свое непосредственное отражение в языке (Там же: 55).

Лингвистика не может описывать каждую конкретную языковую / коммуникативную личность в отдельности, она прибегает к ее типизации, а значит и систематизации. Систематике речевой деятельности способствуют приобретающие все большую актуальность исследования, в которых происходит систематизация и разработка речевых (коммуникативных) стратегий и тактик для достижения коммуникативной цели / задачи, коммуникативных / речевых ситуаций, коммуникативных актов и т.д. (Там же: 11).

В основе стратегического подхода, активно развивающегося в русле когнитивной прагматики, лежит принцип приоритета интересов говорящего. Стратегический подход оперирует такими понятиями, как речевая (коммуникативная) стратегия, тактика, коммуникативный ход. Конечной целью коммуникативной стратегии является коррекция модели мира адресата (Там же: 16), что особенно актуально для политического дискурса.

Согласно Е.И. Горошко, коммуникация – это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации как в межличностном, так и в массовом общении в различных дискурсах (от персонального до институционального) по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных языковых средств (Горошко 2014: 25)<sup>12</sup>.

Таким образом, речевая коммуникация охватывает разные типы дискурсов и речевых жанров, разные виды общения с характерными для них языковыми проявлениями. Определение дискурса, предложенное Н.Д.Арутюновой, согласно которому дискурс – это «речь, погруженная в жизнь» (Арутюнова 1990: 137), лишний раз свидетельствует о том, что речь является основой разных типов дискурса, которые, согласно В.И.Карасику, подразделяются на личностно- и статусно-ориентируемые типы дискурса (Карасик 2002: 423-428)<sup>13</sup>.

Независимо от разновидностей дискурса, в рамках которого происходит коммуникация, главным в коммуникации является механизм, который переводит индивидуальный процесс передачи и восприятия информации в социально значимый процесс персонального и массового воздействия (Горошко 2014: 25). При этом процессы коммуникации следует рассматривать в их диалогическом единстве, ибо в ходе речевого взаимодействия коммуникантов воздействие оказывается не только адресантом на адресата, но и адресатом, или по крайней мере его образом, на адресанта. Кроме того, следует учитывать, что в ходе коммуникативного акта говорящий и слушающий могут периодически меняться ролями и адресант в итоге коммуникативного акта, испытав воздействие со стороны адресата, может скорректировать свою позицию или поменять ее.

Таким образом, воздействие адресанта, оказываемое на адресата в ходе коммуникации не является односторонним процессом, в ходе коммуникативного акта воздействие оказывается и на говорящего со стороны адресата или образа адресата, в результате чего может произойти коррекция модели мира самого адресанта. Поэтому изучение речевой коммуникации предполагает учет многогранных характеристик человека при его коммуникативном взаимодействии. Изучение одних лишь логико-прагматических характеристик высказывания исходя из положений теории речевых актов недостаточно, необходимо учитывать все обстоятельства конкретной коммуникативной ситуации со всеми ее

составными компонентами, включая социокультурный и межкультурный аспекты. Иными словами речь идет о создании новой теории коммуникативных актов, направленной на речевую коммуникацию со всеми ее коммуникативно-прагматическими характеристиками.

Вышеприведенные характеристики речевой коммуникации находят свое отражение в политическом дискурсе, который имеет свои особенности, в первую очередь в контексте выполнения своей главной функции – функции воздействия на реципиента и его убеждения в правильности высказанной позиции адресанта. Особенности политического дискурса как вида речевой деятельности будут рассмотрены во второй главе настоящего исследования.

## **2. Речевая коммуникация как культурно обусловленный процесс**

В результате развития антропологического подхода в лингвистике все больше ученых приходят к выводу о том, что эффективное использование языка как средства общения невозможно без знания культуры носителей данного языка. Осознание необходимости изучения языка в социокультурном контексте привело к появлению таких дисциплин как лингвострановедение, лингвокультурология, мир изучаемого языка. С.Г. Тер-Минасова отмечает, что «знать значения слов и правила грамматики, – явно недостаточно для того, чтобы активно пользоваться языком как средством общения. Необходимо знать как можно глубже мир изучаемого языка. Иными словами, помимо значений слов и правил грамматики нужно знать: 1) когда сказать/написать, как, кому, при ком, где; 2) как данное значение/понятие, данный предмет мысли живет в реальности мира изучаемого языка» (Тер-Минасова 2000: 29-30)<sup>14</sup>.

Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, «изучение мира носителей языка направлено на то, чтобы помочь понять особенности



речеупотребления, дополнительные смысловые нагрузки, политические, культурные, исторические и тому подобные коннотации единиц языка и речи. Особое внимание уделяется реалиям, поскольку глубокое знание реалий необходимо для правильного понимания явлений и фактов, относящихся к повседневной действительности народов, говорящих на данном языке» (Там же: 31). В основе любой коммуникации, то есть в основе речевого общения как такового, – пишет автор, – лежит «обоюдный код» (shared code), обоюдное знание реалий, знание предмета коммуникации между участниками общения: говорящим/пишущим и слушающим/читающим (Там же).

Таким образом, язык является не только основной составляющей культуры, но и средством, ключом к пониманию культуры. Сегодня наука о языке все больше становится наукой о человеке, позволяющей раскрыть особенности его менталитета, национального характера, способов его взаимодействия с окружающим миром и с другими людьми. На эту особенность языка в свое время указывал В. фон Гумбольдт, отмечавший, что «всякое изучение национального своеобразия, не использующее язык как вспомогательное средство, было бы напрасным, поскольку только в языке запечатлен весь национальный характер, а также в нем как в средстве общения данного народа исчезают индивидуальности, с тем чтобы проявилось всеобщее» (Гумбольдт 1984: 303)<sup>15</sup>.

Существенный вклад в понимание связи языка и культуры внесла знаменитая лингвистическая гипотеза Сепира – Уорфа, которая утверждает, что язык – это не просто инструмент для воспроизведения мыслей, он сам формирует наши мысли, что по-разному говорящие люди по-разному смотрят на мир. Реальное речевоспроизводство в значительной степени определяется знанием социальной и культурной жизни говорящего на данном языке речевого коллектива, ибо в основе языковых структур лежат структуры социокультурные. Как отмечал Э. Сепир, «язык не существует вне культуры, т. е. вне социально унаследованной совокупности практических навыков и идей, характеризующих наш

образ жизни» (Сепир 1993: 185).

Американский антрополог Э. Холл, не отрицая того факта, что язык формирует мышление, влияет на нашу картину мира, в то же время отмечает, что существуют также и другие культурные системы, позволяющие преодолевать языковые барьеры и оказывающие влияние, в том числе на подсознательном уровне, на наше восприятие мира, на выражение человеком собственного я, на организацию жизни в целом. Он отмечал, что сообщение на уровне слова может полностью отличаться от того, что передается на других уровнях. Так, невербальная коммуникация, в том числе интонация, жестикация, мимика и т. д. могут придавать одному и тому же вербальному высказыванию совершенно разные смыслы, например, выражать властные отношения (дистанцию власти) между говорящими (равный – неравный) и т. д. (Hall 1990: VII-VIII). По мнению Э. Холла, парадокс культуры заключается в том, что язык – это система понятий, наиболее часто используемая для описания культуры, которая плохо адаптирована для этой трудной задачи. Для того, чтобы понять другую культуру и принять ее на глубинном уровне, человеку необходимо выйти за рамки тех ограничений, которые накладывают на него его собственный язык, также как и созданные им культурные ценности, нормы, понятия и институты (Hall 1989: 3, 9-24).

Соглашаясь с Э. Холлом в том, что когнитивная картина мира всегда богаче, чем языковая, что помимо речевой коммуникации существуют и другие виды взаимодействия между людьми, в том числе посредством искусства, живописи, пения, танца и т.д., нельзя не отметить, что именно в языке реализуется, вербализуется культурная и ценностная картина мира того или иного народа, хранится и передается из поколения в поколение. В основном именно через язык человек проявляет свою этническую идентичность и именно язык является одним из тех немногих средств, с помощью которых можно раскрыть чужую картину мира, понять мировосприятие других народов. Об этом свидетельствует тот факт, что, как отмечает В.В. Дементьев, «разные языки по-

разному членят мир, концептуализируют разные типы смыслов, выделяют в качестве важнейших названия разных вещей и отношений» (Дементьев 2006: 5).

Подчеркивая особую важность коммуникации, социального взаимодействия людей в деле преобразования окружающего мира, формирования норм, ценностей и институтов той или иной культуры, некоторые исследователи приравнивают культуру к общению (коммуникации). Э.Холл, считающийся основоположником теории межкультурной коммуникации, рассматривая культуру в качестве коммуникации, высказал идею об однородности и взаимодетерминированности коммуникации и культуры. По его мнению, «культура – это коммуникация, а коммуникация есть культура» (Hall 1990: 186).

Симптоматично, что тесная связь культуры и коммуникации зафиксирована и в словарях. Так, в словаре Вебстера в качестве одного из определений культуры указывается то, что культура – это «интегрированный образец человеческих знаний, верований и поведения, зависящий от возможности получения и передачи знаний последующим поколениям» (“the integrated pattern of human knowledge, belief, and behavior that depends upon the capacity for learning and transmitting knowledge to succeeding generations”)<sup>16</sup>. Как видим, в этом определении культура представляется в качестве совокупного набора человеческих знаний, зависящего от возможности их получения и передачи последующим поколениям.

Существующие в науке различные определения понятия «культура» позволяют отметить основное, а именно то, что культура – это **«сущностная характеристика человека**, связанная с чисто человеческой способностью целенаправленного преобразования окружающего мира, в ходе которого создается искусственный мир вещей, символов, а также связей и отношений между людьми. Все, что сделано человеком или имеет к нему отношение, является частью культуры» (Грушевицкая, Попков, Садохин 2003: 100-101). Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, культура – это очень широкое понятие, представляющее собой совокупность результатов че-

ловеческой жизни и деятельности во всех сферах: производственной, творческой, духовной, личной, семейной, это обычаи, традиции, образ жизни, взгляд на мир (мировоззрение) – на мир близкий, «свой», и дальний, «чужой», – некоей группы людей (от семьи до нации) в определенном месте и в определенное время. Соответственно, культура в той или иной степени является предметом изучения всех гуманитарных наук, однако совершенно особое место она занимает в культурной антропологии (Тер-Минасова 2008: 13). Уделяя особое внимание взаимодействию языка и культуры, культурная антропология, помимо прочего, «изучает уникальную человеческую способность развивать культуру через общение, через коммуникацию, в том числе и речевую, рассматривает огромное разнообразие человеческих культур, их взаимодействие и конфликты» (Там же: 15).

Как замечает Т.В. Ларина, культура предопределяет сознание народа и его поведение, дает ключ к пониманию различий. «Культура, – пишет она, – это не только то, что мы можем наблюдать и воспринимать органами чувств (различия в одежде, еде, архитектуре, музыке, ритуалах, жестах и т.д.), но и то, что скрыто от глаз, но не менее важно – мировоззрение, мораль, традиции, ценности. Важным элементом культуры, который регулирует взаимоотношения между людьми, определяет их социальные роли, дает ключ к пониманию культурных ценностей, а также норм поведения, являются социально-культурные отношения. Через них можно объяснить многие национально-культурные особенности коммуникации» (Ларина 2013: 30).

Исходя из тесной взаимосвязи культуры и коммуникации, некоторые западные ученые образно изображают культуру в виде айсберга, в основании которого лежат культурные ценности и нормы, а его вершиной является индивидуальное поведение человека, базирующееся на них и проявляющееся прежде всего в общении с другими людьми (Ting-Toomey 1999: 10; См. об этом также: Грушевицкая, Попков, Садохин 2003: 101).

Ряд авторов, придерживаясь данной трактовки культуры,

подчеркивают тесную взаимосвязь и взаимовлияние культуры и коммуникации (Gudykunst, Ting-Toomey, Chua 1988: 17). С.Тинг-Туми, например, считает, что коммуникация, являясь одной из функций культуры, помогает создавать и поддерживать и другие ее функции, как, например, нормативную функцию или функцию определения идентичности (identity meaning function).

Последняя позволяет ответить на фундаментальный вопрос, волнующий любого человека: «Кто я?» (Who am I?). Культурные убеждения, ценности и нормы являются теми «точками привязки» (anchoring points), которые помогают человеку придать смысл и значение его идентичности. Например, американская культура, с точки зрения культурных ценностей, характерных для представителей среднего класса, поощряет личную инициативу и материальные достижения. Человек, сумевший реализовать свой потенциал и достичь определенных материальных благ, (например, завидной карьеры, хорошей зарплаты, желанной машины или «дома мечты» (dream house)), считается «успешным», «компетентным» и «достойным». Между тем как в других культурах, быть «успешным», «компетентным» и «достойным» может иметь совершенно иное содержание и значение (Ting-Toomey 1999: 12-13).

Как отмечает С.Тинг-Туми, культурные традиции, убеждения, ценности, нормы и символические значения, которые благодаря коммуникации передаются из поколения в поколение, на самом деле составляют невидимую часть культуры. Они проявляются лишь в ходе коммуникации посредством вербальных и невербальных символов, а также в виде культурных артефактов, например, в моде, поп культуре и т.п. Однако, культурные ценности, нормы и ожидания определяют и позволяют интерпретировать собственное и чужое поведение (Ting-Toomey 1999: 10-11).

Культурные нормы, хотя и представляют невидимую часть культуры, могут быть прослежены в поведении людей. Они управляют «культурно-обусловленными сценариями» (cultural scripts), определяющими на подсознательном уровне последовательность интерактивных действий (например, как

здороваться с педагогом, как представляться незнакомому, и т.п.) в ходе коммуникации и являющимися общими для представителей данной лингвокультурной общности. Если культурные нормы являются «имплицитными ожиданиями того, что должно и не должно происходить в ходе интерактивного общения», то «культурно-обусловленные сценарии» относятся к «ожидаемой последовательности интерактивных действий» (Ting-Toomey 1999: 12-13).

Коммуникация и общение являются важнейшей частью человеческой жизни, а значит, и частью культуры. Только в общении с взрослыми и сверстниками ребенок становится человеком. Только через общение он проходит инкультурацию и социализацию, становится представителем своего народа и культуры. Только через общение человек может соотносить свое поведение с действиями других людей, образуя вместе с ними единый общественный организм – социум. В процессах социального взаимодействия приобретают свою устойчивую форму нормы, ценности и институты той или иной культуры. Именно общение во всех своих формах (вербальное и невербальное), видах (формальное и неформальное), типах (межличностное, межгрупповое, межкультурное) наиболее полно раскрывает специфику человеческого общества (Грушевицкая, Попков, Садохин 2003: 101).

Прослеживая взаимосвязь и взаимовлияние культуры и коммуникации, исследователи выявили, что культурные факторы оказывают непосредственное воздействие на поведение людей, их вербальные и невербальные действия, а также то, что способы и методы коммуникации в свою очередь влияют на культуру. Такие культурные факторы, как индивидуализм / коллективизм, дистанция власти, маскулинность / феминность, определенность / неопределенность влияют на способ и методы коммуникации. В то же время, определенные способы и методы коммуникации могут характеризовать определенный тип культуры. Например, исследователи проследили связь между такими параметрами, как коллективизм / индивидуализм, широкий / узкий контекст и пришли

к выводу, что коллективистские культуры являются ширококонтекстными, индивидуалистические – узкоконтекстными (Ting-Toomey 1999: 100).

Деление культур в зависимости от коммуникативного контекста было предложено Э. Холлом. Культуры, в которых коммуникация во многом определяется контекстом, он назвал high-context cultures (высококонтекстные культуры или ширококонтекстные культуры). Культуры, в которых коммуникация незначительно зависит от контекста – low-context cultures (низкоконтекстные или узкоконтекстные культуры).

Т.Г.Грушевицкая, В.Д.Попков, А.П.Садохин отмечают закономерность того, что «тот или иной вид культуры порождает свой тип общения». Например, низкоконтекстный (прямой, по существу, вербальный) тип коммуникации характерен для индивидуалистических культур, а высококонтекстный (косвенный, витиеватый, невербальный) – для коллективистских (Грушевицкая, Попков, Садохин 2003: 103).

Каждый конкретный акт коммуникации определяется культурными различиями собеседников. Как отмечает В.Хотинец, кросскультурная изменчивость в навыках социализации детерминирована переменными окружающей среды и жизнедеятельности, т.е. культурной вариативностью, представляющей набор ценностей, установок, верований, норм, моделей поведения, отличающий одну группу культур от другой (Хотинец 2012: 39).

Учеными, занимавшимися изучением влияния культуры на поведение людей, в том числе антропологами, социальными психологами, специалистами по вопросам коммуникации разработан ряд моделей измерения культур (Г.Хофстеде, Ф. Клакхон и Ф.Стродбек, Э.Холл., С. Тинг-Туми, Г. Триандис и др.), позволяющих выявлять связи культуры и общения, сравнивать и анализировать коммуникативное поведение людей в разных культурах<sup>17</sup>. Содержащиеся в них культурные категории, позволяют определить тип культуры, который оказывает непосредственное

влияние на поведение и общение (как вербальное, так и невербальное) представителей данной лингвокультурной общности. Так, в зависимости от большей или меньшей «дистанции власти», так же как и от «дифференциации статуса», стиль общения может быть личностно-ориентированным и статусно-ориентированным (Ting-Toomey 1999: 106). Личностно-ориентированный подход характеризуется неформальным типом общения и отсутствием ролевой дифференциации. Здесь превалирует когнитивный подход, который включает рефлекссию или рефлексивное сравнение. Статусно-ориентированное высказывание, наоборот, предлагает ряд команд и правил поведения, основанных на произвольных решениях, а не как логическое следствие выбора из имеющихся одной или нескольких альтернатив. Так, вербальная категоричная команда «Be quiet» не оставляет места для мыслительной деятельности и практически не дает возможности, чтобы связать переданную в данном высказывании информацию с соответствующим контекстом. Между тем, более развернутое высказывание, как, например, “Would you be quiet a minute? I want to talk on the phone” содержит объяснение на возможный вопрос “Why?”. Как отмечают Р. Гесс и В. Шипман, подобный тип общения, например, родителя с ребенком делает более вероятным то, что ребенок, оказавшись в схожей ситуации, задаст вопрос «почему?» (“Why?”). Личностно-ориентированный подход не только учит ребенка рассматривать свои и чужие действия в их последовательности, но и готовит его к пониманию того, что у него всегда есть возможность личного выбора (Hess, Shipman 1972: 169-177).

Британский социолингвист Б.Бернстейн выделял два типа речевых кодов: ограниченный (restricted) и расширенный (elaborated). Каждому из них соответствует свой тип социального устройства. При ограниченном речевом коде выбор вербальных действий говорящего ограничивается культурным контекстом. Ограниченный речевой код является статусно-ориентированным стилем общения и характерен для закрытых обществ и замкнутых



сообществ со строго определенной, позициональной структурой социальных ролей. Он наиболее часто встречается в высококонтекстных культурах, в которых статус коммуникантов диктует содержание и форму высказывания: кто, что, кому и как должен сказать.

Согласно Б.Бернштейну расширенный речевой код, в противоположность ограниченному речевому коду, предлагает широкий выбор альтернативных лингвистических форм для использования при речевой коммуникации в ситуациях, когда намерения говорящих неизвестны или значительно отличаются друг от друга, как это обычно бывает в индивидуалистских культурах. Расширенный речевой код может быть использован в любом языке, но в действительности использование того или иного речевого кода регулируется социальной системой, поэтому расширенный речевой код и соответствующая ему индивидуалистская символика используется в сообществах с открытыми системами социальных ролей (Bernstein 2007: 145-148).

Известные авторы по межкультурной коммуникации Уильям Гудикунст и Стелла Тинг-Туми (Gudykunst, Ting-Toomey, Chua 1988) выделяют четыре стиля речевой коммуникации, характерных для той или иной культуры: прямой – непрямой (direct – indirect), расширенный – сжатый (elaborate – succinct), личностный – контекстуальный (personal – contextual), инструментальный – аффективный (instrumental – affective). Теоретически разные вариации указанных стилей могут присутствовать в любой культуре, но, как правило, в отдельно взятой культуре имеется свой доминирующий стиль<sup>18</sup>.

Например, при прямом стиле речи, характерном для низкоконтекстных и индивидуалистских культур, говорящий ясно и прямо выражает свои намерения. По мнению исследователей, прямой, жесткий стиль общения характерен для низкоконтекстной американской культуры. В ней остается мало места для недосказанности. Американцы стремятся вызывать собеседника на прямой и ясный разговор, для которого очень характерны

следующие высказывания: «Говорите, что вы имеете в виду», «Давайте по существу» и т.д. В этом стиле проявляется больше заботы о сохранении лица говорящего, о четком обосновании собственной позиции по теме разговора.

При непрямом стиле речи, характерном для высококонтекстных и коллективистских культур, намерения говорящего скрыты или упоминаются в виде намеков в ходе речевой коммуникации. Для этого стиля характерны двусмысленность и неопределенность, избегание прямых негативных и использование уклончивых ответов, что продиктовано важностью уважения лица другого человека.

Недостатком вышеуказанных теорий является то, что стиль коммуникации, помимо типа культуры, зависит и от других прагматически факторов. Например, с точки зрения вежливости и сохранения лица собеседника, стиль общения на английском языке, в сопоставлении с русским и армянским, оказывается скорее непрямым, чем прямым, хотя англосаксонская культуры относятся к индивидуалистическим, а русская и армянская к коллективистским культурам.

С. Тинг-Туми принадлежит интересная теория о связи культуры с понятием «лица». Понятие «лицо» присутствует практически во всех культурах. «Лицо» – это образ человека, проецируемый в ситуацию отношений, или идентичность, определяемая совместно участниками коммуникации. В разных культурах разная степень представления о себе проецируется в «лицо», или, иными словами, допускается и приветствуется разная степень самораскрытия в публичном проявлении (Лебедева 2009: 543). Согласно теории «лица» С. Тинг-Туми, в некоторых культурах (индивидуалистических: Австралии, Германии и США) делом личной чести считается поддержание соответствия между частным «я» и публичным самопредъявлением («лицом»). В других культурах (коллективистских: Китай, Корея, Япония) «я» – понятие, определяемое ситуацией и контекстом отношений. В большинстве коллективистских культур образ «я» формируется и поддерживается

в процессе активного социального взаимодействия, в то время как в индивидуалистических культурах «я» – внутриспсихический феномен, достаточно независимый от социального контекста (Там же).

«Создание лица», по образному выражению У. Гудикунста, – символический фронт, на котором члены всех культур сражаются за свой публичный образ, где способы и стили борьбы за свое «лицо» могут сильно варьировать в разных культурах. Например, в культурах, поощряющих прямой стиль взаимодействия в повседневной жизни (индивидуалистические культуры: Германия, Швеция, США и др.), прямота в общении не воспринимается как посягательство или угроза «лицу» другого. В культурах, поощряющих непрямой стиль взаимодействия (коллективистские культуры: Китай, Япония, Корея, Вьетнам и др.), прямой стиль коммуникации воспринимается как угрожающий и ущемляющий «лицо» другого.

В индивидуалистических культурах люди больше заботятся о поддержании собственного «лица», а в коллективистских – о поддержании как собственного «лица», так и «лица» другого человека. Кроме этого, в индивидуалистических культурах ценностями являются свобода выбора и возможность автономии, а в коллективистских культурах – взаимная зависимость, взаимные обязательства и возможность «быть вместе» (Лебедева 2009: 544).

Принцип создания и поддержания «лица» прямым образом связан с коммуникацией, так как этот принцип означает, какое представление о самом себе данный человек хотел бы, чтобы сложилось у других, и соответственно свое «лицо» в глазах других можно либо сохранить, либо потерять. Стратегия «лица» включает различные действия с целью приобретения и сохранения своего «лица» (self-directed facework) или «лица» собеседника (other-directed facework). При этом эти действия зависят от культурных ценностей и могут быть разными в разных культурах. Например, в индивидуалистических культурах люди более озабочены сохранением своего «лица». Как считают Э.Стьюарт и М.Беннет,

самооценка американцев зависит главным образом от личных достижений (Stewart, Bennett 1991: 138). Это означает, что «лицо» индивида зависит от его собственных усилий и, как правило, не зависит от других. И поскольку идентичность или социальный имидж американцев не зависят от их групповой принадлежности, они менее озабочены сохранением лица кого-то ни было другого, т.е. не думают, чтобы не навредить другому. Поэтому они могут спокойно менять место работы, друзей или союзников, не думая, что о них скажут или подумают, в отличие, например, от армянской лингвокультуры, где общественное мнение имеет важное значение, правда, с точки зрения сохранения чувства собственного достоинства в глазах других (թող աստն գեշ ա, թող չաստն էշ ա – Ղևիշլիշլիշ 1960: 9). В русском языке используется крылатая фраза «Что скажет Марья Алексевна?», взятая из пьесы А.С.Грибоедова «Горе от ума», в качестве фразы-символа ханжеской, обывательской зависимости от чужого мнения, часто с ироническим оттенком.

В плане речевой коммуникации забота американцев о поддержании собственного «лица» приводит, как считают Л.Самовар и Р.Портер, к использованию прямого и откровенного коммуникационного стиля. Проявлением этого являются такие обычные для американского коммуникационного стиля выражения как “don’t beat around the bush,” “tell it like it is,” “tell me what you really think,” “don’t hold anything back”. Однако, как уже отмечалось, это не мешает им использовать косвенный стиль коммуникации, например, в качестве стратегии вежливости.

В коллективистских культурах групповая принадлежность является основным источником идентичности и личного статуса. Поэтому в таких культурах особое внимание уделяется установлению и сохранению стабильных, гармоничных отношений между членами данной группы. В таких культурах считается, что внутригрупповой конфликт угрожает социальному лицу группы и гармоничным взаимоотношениям между ее членами и должен быть

по возможности предотвращен. Отсюда большее внимание уделяется сохранению не собственного «лица» (self-face), а «лица» другого (other-face). В японской культуре, например, не принято проверять квитанцию при покупки в магазине, так как считается, что это будет означать потерю «лица» для персонала магазина и самого магазина. В США же принято тщательно проверять чек перед оплатой покупки (Samovar, Porter 2010: 219).

Как отмечают Л. Самовар и Р. Портер, приверженность к непрямой коммуникации в высококонтекстных культурах для поддержания дружественных отношений может вызвать противоположную реакцию у представителей индивидуалистских культур. И наоборот, использование свойственного низкоконтекстным культурам прямого стиля коммуникации может рассматриваться со стороны представителей высококонтекстных культур в качестве проявления грубости и неуважительности. Как отмечают Л. Самовар и Р. Портер, разница в способах поддержания «лица» есть результат различных культурных ценностей, которые непосредственно влияют на восприятие мира, поведение и общение людей (Samovar, Porter, 2010: 219).

Помимо коммуникативной функции культуры, которая заключается в передаче информации, важную роль играет и ее нормативная функция. Она проявляется в том, что именно культура ответственна за создание норм, стандартов и правил поведения. Количество предписаний, регламентирующих и регулирующих поведение, в различных культурах неодинаково. По этому принципу некоторые авторы условно делят культуры на «культуры интенсивного насыщения нормами» и «культуры неинтенсивного насыщения нормами» (Кравченко 2001: 22). Другими словами, культуры различаются по степени регламентированности поведения, в том числе коммуникативного. Английская коммуникативная культура, как отмечает Т.В.Ларина, является более регламентированной (т.е. характеризующейся большей насыщенностью нормами и строгим следованием им), по сравнению с русской, для которой характерны более свободный и естественный

стиль коммуникации и меньшая регламентированность (т.е. большая свобода действий) (Ларина 2013: 144).

Основное положение модели, разработанной Г. Триандисом (Triandis 1994), заключается в том, что культура влияет на процесс общения не прямо, а косвенно – через факторы ситуации общения (ценности, нормы, роли, социальные когнитивные и аффективные процессы и т.д.), которые и обуславливают процессы коммуникации, в том числе речевой. Например, такое измерение культуры как «специфичность – диффузность» определяет соотношение социального и личного пространства у ее представителей. Специфичную культуру характеризует весьма обширное социальное пространство. Зона личного пространства человека весьма ограничена, и попасть туда постороннему практически невозможно. В то же время диффузная культура характеризуется наличием у носителей данной культуры огромного сектора личного пространства, который практически поглощает слабо обозначенное социальное пространство. Соответственно, для представителей диффузной культуры нахождение в чисто социальном пространстве неуютно и некомфортно, поэтому даже отношения служебные легко переходят в отношения семейно-личные. Это не может не отразиться на речевой коммуникации. Представители диффузной культуры не обращают особого внимания на ситуативный и ролевой факторы общения, допускают фамильярные и панибратские отношения и строят свою речь без учета того где, кому и как следует выразить ту или иную мысль. Представитель же специфичной культуры весьма комфортно ощущает себя в социальном пространстве: он любит участвовать в различных мероприятиях, легко вписывается в самые различные социальные роли: избиратель, присяжный, член комитета и так далее. Тем не менее, свое подлинно личное пространство он будет защищать от посторонних глаз и чужого присутствия (Самохина 2005: 14-15).

Как уже отмечалось, согласно модели Г. Триандиса культура влияет на процесс общения не прямо, а косвенно – через факторы ситуации общения, в том числе ценности, нормы и роли, которые и

обуславливают процессы коммуникации. Исследователи выделяют две основные нормы, оказывающие заметное влияние на поведение членов разных культур в ситуациях межличностного взаимодействия – нормы правосудия и взаимности.

Норма правосудия складывается из двух различных и в чем-то противоположных значений: справедливости и равенства. Норма справедливости означает, что в сознании людей существует некий баланс между тем, что они дают и что получают взамен, будь то материальные блага, обмен услугами, а также чувствами, например, любовью или ненавистью. Норма справедливости тесно связана с понятием заслуженности («что заслужил, то и получил»). Иной смысл у нормы равенства: социальная награда распределяется поровну между участниками взаимодействия независимо от вклада и потребностей каждого из индивидов.

Согласно данным кросскультурных исследований, люди, принадлежащие к индивидуалистическим культурам, чаще соглашались с нормой справедливости, а члены коллективистских культур поддерживают норму равенства<sup>19</sup>. По мнению исследователей, норма справедливости служит индивидуальным интересам личности, а норма равенства – общим интересам членов группы. В культурах, ценящих норму справедливости, поощряются индивидуальные вклады, идеи, права и обязанности отдельной личности. Культуры, ценящие нормы равенства, признают важность групповой гармонии и согласия, прав и обязанностей личности по отношению к группе<sup>20</sup>.

В отличие от норм, в сильной степени «пропитанных культурой», правила общения более индивидуализированы и зависят от ситуации и личностных особенностей включенных в общение людей. Чем больше потребность общества в координации деятельности людей, тем выше требования к точности и понятности правил поведения. Исходя из этого исследователи считают, что в коллективистских культурах выше потребность в координации деятельности, чем в индивидуалистических, соответственно и правила в таких культурах должны быть более четкими и ясными. В

кросскультурных исследованиях было выявлено, что все типы социальных отношений регулируются структурой социально-одобряемых правил, но некоторые правила характеризуются особой универсальностью, например, правило сохранения тайны, правило недопустимости публичной критики и др.<sup>21</sup>

Правила поведения тесно связаны с исполнением той или иной роли в конкретной ситуации взаимодействия. Роль – это система ожиданий определенного поведения от субъекта, связанная с его позицией в группе (примеры позиций: профессор, студент, мать, отец, учитель, ученик, юрист, продавец, пассажир и т. д.). От каждого субъекта, занимающего ту или иную позицию, ожидается поведение в соответствии с его ролью<sup>22</sup>.

Важное воздействие оказывает культура и на невербальное общение, что проявляется в проксемике, межличностной дистанции говорящих, тактильном взаимодействии, мимике, жестах. Главная цель невербального общения, – это достижение межличностной синхронности. Межличностная синхронность означает согласованность ритмических движений между двумя людьми на вербальном и невербальном уровнях. Каждая деталь человеческого поведения включена в единый ритмический процесс, так что поведение индивидов регулируется сложной иерархией ритмов общения. Проводя исследование с использованием кино съемки кинестетических движений и проксемики, Э.Холл обнаружил, что дистанции между людьми в разговоре всегда строятся с невероятной точностью, что процесс общения строго ритмичен и что индивиды как бы располагаются в совместном «танце», который ими практически не осознается. Он также установил, что люди из стран Латинской Америки, Азии и Африки кажутся более «осведомленными» об этих ритмических движениях, чем люди из стран Северной Европы и США. Это объясняет то, почему люди из первой группы культур более сензитивны и более настроены на процессы межличностной синхронизации, чем представители второй группы культур. Поскольку члены индивидуалистических культур несовершенны на невербальном уровне, они больше



полагаются на процесс вербального самораскрытия (Hall 1990).

Согласно Э.Холлу разница между высококонтекстными и низкоконтекстными культурами проявляется в коммуникации в том, извлекается ли смысл сказанного из прямых или косвенных значений самих слов, или из контекста сказанного, т.е. речь идет о том какая культура на какой аспект коммуникации обращает внимание, а какой игнорирует (Hall 1989: 91). Одной из причин высококонтекстности исследователи называют однородность общества, общий исторический опыт и устоявшиеся веками нормы передачи информации. Согласно Г. Хофстеде высококонтекстные культуры встречаются в основном в тех традиционных обществах с многовековой историей и культурой, которые мало подвержены изменениям (Hofstede 2001b:30). Поэтому, в повседневной коммуникации представителям высококонтекстных культур нет необходимости передавать или получать глубокую фоновую информацию. Поскольку смысл сказанного не обязательно содержится в словах, в высококонтекстных культурах информация зачастую передается посредством инференций, жестов и других форм невербальной коммуникации. Часто смысл в высококонтекстных культурах передается посредством статусных характеристик (возраста, пола, образования, семейной или групповой принадлежности, титулов и т.д.)

Использование подобных «утонченных» способов передачи информации, согласно У.Гудикунсту, приводит к тому, что часто в высококонтекстных культурах коммуниканты прибегают к непрямой, косвенной коммуникации. Их больше заботит то, «как» что-то было сказано, а не «что» было сказано (W. B. Gudykunst, *Asian American Ethnicity and Communication* (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2001, 32)

Между тем, как нам представляется, выводить использование прямой или косвенной коммуникации из принадлежности того или иного языка к высококонтекстным или низкоконтекстным культурам не всегда оправдано. Так, хотя по шкале Э.Холла североамериканская и английская культуры

относится к низкоконтекстным, в английском языке преобладающей формой общения является именно непрямая коммуникация, причем степень ее намного выше, чем, скажем, в русском или армянском языках.

Как отмечают Л. Самовар и Р. Портер, существующие культурные измерения и ориентации (*cultural dimentionions*) не только позволяют понять ценности, представления и поведение, характерные для представителей той или иной культуры, но и находят отражение в языке и речи. Например, характерной чертой высококонтекстных культур является наличие многозначных слов, смысл которых определяется контекстом. Таких слов намного больше в японском языке, чем в английском. В то же время следует отметить, что при сравнении английского языка с армянским или русским выясняется, что в английском языке таких слов (напр. “lead”, “magazine”. “quaint”) намного больше, чем в армянском или русском, хотя последние относятся скорее к коллективистским культурам.

Как отмечает Н.М. Лебедева, понятие «коммуникативная компетентность» означает понимание и усвоение культурно специфического значения норм и ценностей, моделей как вербального так и невербального поведения в различных культурах. Отсюда вытекает практическое следствие: люди, стремящиеся достичь коммуникативной компетентности в индивидуалистических культурах, должны основное внимание уделять изучению языка. Люди, нацеленные на достижение коммуникативной компетентности в коллективистских культурах, должны уделять особое внимание овладению невербальными способами общения (Лебедева 2004: 553).

Одним из основных параметров, определяющих культурные особенности национальных сообществ, является их приверженность к коллективизму или индивидуализму, причем коллективистские культуры исповедуют важность группы, коллектива, а вторые опираются на приоритеты личности и ее значимость. Американский индивидуализм, наряду с важностью отдельно взятой личности,

культивирует высокую степень личной ответственности человека за все, происходящее с ним. Как отмечает Т.С. Самохина, данная особенность отражается на уровне языка, о чем свидетельствует многочисленность сложных слов, составляющей которых является слово “self” (само-, себя-, свое-). Т.С. Самохина пишет: «Так, специфически американскими и весьма трудно переводимыми на русский язык являются многочисленные английские слова с первой составляющей слова “self”: self-reliance, self-starter, self-worth. Отметим также, что «самоуважение» в английском языке описывается столь многочисленной группой слов, что найти точный переводный аналог для каждого из них в русском языке не представляется возможным: self-respect, self-esteem, self-confidence, self-assurance, self-worth» (Самохина 2005: 35; 2008: 198-199).

Нам представляется, что проблема заключается не в том, что в русском языке нельзя найти точного переводного аналога вышеуказанных слов. Их переводные аналоги существуют как в русском, так и в армянском языках: self-respect – чувство собственного достоинства, самолюбие (սեփական արժանապատվոթյան զգացում, ինքնասիրոթյուն), self-confidence, self-assurance – самоуверенность (ինքնավստահոթյուն), self-esteem, self-worth – самоуважение, самооценка (ինքնահարգանք, ինքնազննատուն)।

Проблема заключается в том, что одни и те же слова в разных языках могут иметь разные смысловые коннотации. Так, слово self-respect может означать на русском языке самолюбие, что далеко не всегда плохо (например, «у тебя нет самолюбия»), но сильно задетое, ущемленное и, конечно, болезненное самолюбие могут иметь отрицательные последствия. В русском языковом сознании самолюбивый человек (анг. proud) – это человек, плохо воспринимающий критику, а производное русское слово самолюб имеет сугубо отрицательный смысл, что зафиксированно в паремиологическом фонде русского языка: «Самолюб никому не люб» (Русские пословицы и поговорки 1988: 279). ср. арм.

«Հարստեղը մինմոտ հավան չեն» (Армянские пословицы и поговорки 1973: 131).

Если в английском языке слово «самоуверенность» (“self-confidence”) имеет положительную коннотацию, то в русском языке это не всегда так. В русском языке проводится четкое разграничение между человеком «уверенным в себе» и человеком «самоуверенным», т.е. переоценивающим свои навыки и способности. Словосочетание «уверенность в себе» предполагает уверенность в собственном «Я», Веру в Себя. Уверенность в русском языке происходит именно от Веры и выражение Веровать в Себя, по своей сути, означает то же самое, что и «самоуверенность», но в первом случае это вера граничит с религиозными воззрениями, а во втором (самоуверенность) – надежда только на себя вне божественного контекста. Подтверждением того, что в русской культуре самоуверенность воспринимается отрицательно, могут служить выражения со словом «самоуверенность», которые обычно имеют негативный смысл, например, «излишняя самоуверенность», «самоуверенность подвела», «самоуверенность сгубила» и т.д. Синонимом «самоуверенности» в русском языке является «самонадеянность» с таким же отрицательным смысловым значением. «Самоуверенность» в русском языке употребляют, как правило, в случаях осуждения человека, уверенность – в случаях похвалы либо одобрения.

В армянском языке слово «հնքնապատկանություն» («самоуверенность»), как и в английском языке слово “self-confidence”, имеет положительный смысл, считается показателем успеха и лидерства и предложение «հնչալես ինքնապատկանություն ձեռք բերել» звучит вполне корректно. Однако при адекватном переводе на русский язык слово «հնքնապատկանություն» в данном предложении следует переводить не словом «самоуверенность», а выражением «уверенность в себе». В результате, соответствующее предложение на русском языке будет звучать следующим образом: «Как приобрести уверенность в себе» (“How to build/gain self-

confidence”). Симптоматично, что в армянском языке слово «հնրնափստահ» (самоуверенный) может иметь отрицательный смысл в отрицательных предложениях, например, «այդքան հնրնափստահ մի եղիր».

Англоязычный культурный код предполагает восприятие самоуверенности, как и агрессивности, скорее положительно, чем отрицательно. Вскоре после победы на парламентских выборах в 1979 г. М. Тэтчер заявила, что миссия ее правительства не может исчерпываться одним лишь достижением экономического прогресса, она намного шире и заключается в обеспечении сплоченности нации, восстановлении «нашей» самоуверенности и самоуважения: “The mission of this government is much more than the economic progress. It is to renew the spirit and the solidarity of the nation. At the heart of a new mood in the nation must be a recovery of our self-confidence and our self-respect” (Lowe 1998: 570).

В английском языке слово “self-confident” может иметь отрицательный смысл, например, в религиозном дискурсе. Вот как известный американский пастор и богослов, автор переводов книг Ветхого и Нового Заветов на современный английский язык Юджин Петерсон поясняет фразу «Посему, кто думает, что он стоит, берегись, чтобы не упасть» (10:12) из Первого послания к Коринфянам апостола Павла: “Don’t be so naive and self-confident. You’re not exempt. You could fall flat on your face as easily as anyone else. Forget about self-confidence; it’s useless. Cultivate God-confidence” (Eugene Peterson. *The Message: The Bible in Contemporary Language* 2002).

Использование и смысл разных понятий и концептов во многом зависит от сферы их применения, от конкретного речевого жанра. Это отчетливо видно на примере использования слов с компонентом “self”. Если в религиозном дискурсе использование данного компонента с вышеуказанным смысловым значением неприемлемо, то в политическом дискурсе, так же как в обиходной речи оно может иметь широкое распространение, о чем

свидетельствует в том числе и широкое использование английского концепта “selfie” далеко за пределами англосаксонской культуры, которая на передний план выдвигает личность как абсолютную ценность и источник общественного прогресса.

В последние десятилетия в условиях глобализации и углубления международного и межкультурного общения проблема диалога культур привлекает особое внимание ученых и общественности. Диалог культур предполагает взаимопонимание и взаимодействие представителей разных культур, однако ученые, занимающиеся данной проблемой, в том числе филологи, психологи, психолингвисты, философы и культурологи, предостерегают от упрощенного подхода к данной проблеме, подчеркивая наличие объективных трудностей на пути ее решения. Как пишет С.Г.Тер-Минасова, «ДИАЛОГ культур – это эвфемизм, или, вернее и современнее, политкорректный вариант КОНФЛИКТА культур. Именно эта проблема волнует человечество и особенно остро она стоит для многонациональных государств, а их – большинство. Во всяком случае, во всех крупных государствах планеты сосуществуют представители разных культур, и по общим и различным причинам все они сейчас проходят один и тот же процесс обострения межкультурных отношений, мелких и крупных межэтнических конфликтов» (Тер-Минасова 2008: 15). Не удивителен поэтому повышенный интерес к диалогу культур, мечта о котором, как пишет С.Г.Тер-Минасова, представляется решением проблем межкультурной коммуникации (Тер-Минасова 2008: 16).

Как отмечает В.В.Миронов, «диалог культур – это познание иной культуры через свою, а своей через другую путем культурной интерпретации и адаптации этих культур друг к другу в условиях смыслового несовпадения большей части обеих. Главным средством этого выступает язык, знание которого является важнейшей предпосылкой понимания другой культуры. Зная иной язык, я необходимо адаптирую (перевожу) смыслы другой культуры. Сопоставляя же иную и свою культуры, я необходимым образом понимаю ценность и своеобразие собственной культуры» (Миронов

2005: 150).

Проблема диалога культур получила оригинальное решение в культурологической концепции М.М.Бахтина, которая основана на идее философии диалога, выступающего в качестве всеобщей основы человеческого взаимопонимания и взаимодействия. Анализируя теорию диалога культур М.М.Бахтина, В.С.Библер отмечает, что «все размышления М.Бахтина о культуре имеют единый смысл (идею). Этот смысл – диалог. Но и обратно. Все размышления Бахтина о диалоге имеют один смысл (идею). Этот смысл – культура. Это – диалогизм в контексте культуры (бытия культуры, встречи культур, взаимопонимания культур). Одна из существенных составляющих этой идеи – понимание культуры как диалогического – в произведениях воплощенного – самосознания каждой цивилизации, если впрочем учесть, что для Бахтина культура есть там, где есть две (как минимум) культуры, и что самосознание культуры есть форма ее бытия на грани с иной культурой» (Библер 1991: 85).

Понимая культуру как форму общения людей разных культур, как форму диалога, М.М.Бахтин считал, что несовпадение сознаний коммуникантов не есть повод для антагонизма и вражды. Наоборот, как в литературе, так и в жизни «при одном, едином и единственном участнике не может быть эстетического события; абсолютное сознание, которое не имеет ничего трансгредиентного себе, ничего внеаходящегося и ограничивающего извне, не может быть эстетизовано, ему можно только приобщиться, но его нельзя видеть как завершленное целое. Эстетическое событие может совершиться лишь при двух участниках, предполагает два несовпадающих сознания» (Бахтин 1979а: 22).

Для понимания сущности диалога культур особое значение имеют положения М.М.Бахтина о человеке, как уникальном мире культуры, вступающем во взаимодействие с другими личностями – культурами. «Три области человеческой культуры – наука, искусство и жизнь – обретают единство только в личности, которая приобщает их к своему единству», – пишет М.М.Бахтин (Бахтин

1979а: 5).

В своей работе «Проблемы поэтики Достоевского» М.М.Бахтин отмечает, что раскрыть внутренний мир человека, увидеть и понять его можно лишь путём общения с ним, диалогически. «Только в общении, – пишет М.М.Бахтин, – во взаимодействии человека с человеком раскрывается и «человек в человеке», как для других, так и для себя самого» (Бахтин 1979б). Таким образом, главнейшая ценность диалога состоит в том, что это не просто общение, но взаимодействие, в ходе которого человек открывает себе и другим.

Диалог культур по М.М.Бахтину происходит на трех уровнях – на межнациональном, в межличностном и во внутриличностном. Понятие «другой» является ключевым для философии М.М.Бахтина, причем на всех трех уровнях, включая и внутриличностный, который предполагает общение самим с собой как с другим. Личность становится личностью и познает себя только в соотнесенности с другим.

Понятие «другой» является ключевым и в культурологической теории Ю.М.Лотмана. Описывая семиотику культуры в духе принципа дополнительности, Ю.М.Лотман писал: «Механизм культуры может быть описан в следующем виде: недостаточность информации, находящейся в распоряжении мыслящей индивидуальности, делает необходимым для нее обращение к другой такой же единице. Если бы мы могли представить себе существо, действующее в условии полной информации, то естественно было бы предположить, что оно не нуждается в себе подобном для принятия решений. Нормальной для человека ситуацией является деятельность в условиях недостаточной информации. Польза партнера по коммуникации заключается в том, что он другой»<sup>23</sup>.

Ю.М.Лотман считал иллюзией представление о возможности создания одного идеального языка как оптимального механизма для выражения реальности. «Минимальной работающей структурой, – пишет Ю.М.Лотман, – является наличие двух языков и их



неспособность, каждого в отдельности, охватить внешний мир. Сама эта неспособность есть не недостаток, а условие существования, ибо именно она диктует необходимость другого (другой личности, другого языка, другой культуры). Представление об оптимальности модели с одним предельно совершенным языком заменяется образом структуры с минимально двумя, а фактически с открытым списком разных языков, взаимно необходимых друг другу в силу неспособности каждого в отдельности выразить мир. Языки эти как накладываются друг на друга, по-разному отражая одно и то же, так и располагаются в «одной плоскости», образуя в ней внутренние границы. Их взаимная неперебиваемость (или ограниченная перебиваемость) является источником адекватности внеязыкового объекта его отражению в мире языков. Ситуация множественности языков исходна, первична, но позже на ее основе создается стремление к единому, универсальному языку (к единой, конечной истине). Это последнее делается той вторичной реальностью, которая создается культурой» (Лотман 1992: 134-136).

Диалогическое взаимодействие между культурами должно строиться на принципах равенства и взаимного уважения позиций. Вступая в контакт, человек с человеком должны взаимодействовать, сотрудничать, а не подавлять друг друга. Принцип равноправия и сотрудничества является основополагающим в культурологических теориях М.М.Бахтина и Ю.М.Лотмана. В условиях свободы и равноправия диалог культур выступает в качестве истинной формы межнационального общения, предполагающей как взаимообогащение, так и сохранение самобытности его участников.

В то же время, как показывает практика, различия между культурами приводят к огромным трудностям в общении. Эти трудности связаны с разницей в сознании, менталитете, мировоззрении коммуникантов, в ожиданиях и предубеждениях, свойственных каждому человеку, и, естественно, отличающихся в разных культурах. У представителей разных культур по-разному идет дешифровка полученных сообщений. Все это становится значимым только в акте коммуникации и приводит к непониманию

и напряженности, трудности, а порой и невозможности общения (Грушевицкая, Попков, Садохин 2003: 141-142).

С.Тинг-Туми определяет межкультурную коммуникацию как «процесс обмена символами, посредством которого отдельные представители двух (или более) разных культурных сообществ обмениваются общими смыслами в интерактивной ситуации». В межкультурной коммуникации противоречия между представителями разных культур происходят в силу тех факторов (культурных ценностей, представлений, норм и сценариев коммуникативного поведения), которые определяют принадлежность данного индивида к тому или иному культурному сообществу или группе. Межкультурная коммуникация происходит в том случае, – пишет автор, – когда вышеуказанные факторы влияют на коммуникационный процесс на сознательном или подсознательном уровнях. Обеспечение смысловой общности в интеракции между представителями разных культур является главной целью эффективной межкультурной коммуникации (Ting-Toomey 1999: 16, 21).

Сложность этой задачи заключается в том, что каждый элемент интеракции культурно обусловлен и может быть подвергнут разным интерпретациям со стороны коммуникантов в силу тех разных культурных представлений и ожиданий, которые они приобрели в ходе своей социализации и инкультурации. Поэтому, как справедливо считает С.Тинг-Туми, для эффективной межкультурной коммуникации необходимо, чтобы коммуниканты проявляли чувство эмпатии друг к другу, рассматривали вопросы не только со своей, но и с чужой точки зрения, вели диалог не только с собеседником, но и с самим собой с целью выявления и преодоления культурных противоречий. «Эффективная межкультурная коммуникация начинается тогда, – пишет С.Тинг-Туми, – когда начинается внимательная внутриличностная коммуникация» (“mindful intrapersonal communication”). Последняя же начинается «с сознательного контролирования наших реактивных эмоций, проявляющихся в отрицательных суждениях или оценках

коммуникационных различий, происходящих из-за различий культурных» (Ting-Toomey 1999: 23).

Коммуникативно-речевые процессы непосредственно связаны с социально-психологическими и национально-культурными условиями и обстоятельствами общения. В первую очередь для успешной межкультурной коммуникации необходимо знание языка представителей другой национальной культуры. Особая роль принадлежит лексике языка, которая формирует мировосприятие народа и в то же время наиболее ярко отражает особенности его культуры. При этом, знание лексики, также как и грамматики и синтаксиса, не является достаточным условием для эффективной межкультурной коммуникации, ибо за одной и той же лексической формой могут скрываться разные понятия исходя из особенностей культурно-исторического развития народа. Эффективность межкультурной коммуникации требует знания не только денотативного, но и коннотативного значения слов, их лексико-фразеологической сочетаемости, характерных для данной лингвокультуры образных средств языка, символов и культурных кодов.

### **3. Семиотическая система речевой коммуникации**

Культура в силу своего многогранного характера может быть представлена самыми разными способами – и как текст, и как коммуникация и как система ценностей, и т.д. Она может быть представлена и как совокупность различных культурных знаков, символов и кодов (Гудков, Ковшова 2007: 28). По определению В.Н. Телия, культура – это «мировидение и миропонимание, обладающее семиотической природой» (Телия 1996: 222). Известный литературовед, культуролог и семиотик Ю.М. Лотман, рассматривая культуру в качестве «некоторого семиотического механизма, имеющего целью выработку и хранение информации» (Лотман 2000: 390), особо подчеркивал информационную и коммуникативную функции культуры. Согласно Ю.М. Лотману,

культура, будучи созданной на основе языка и в результате человеческого общения, своей основной задачей имеет хранение и передачу информации (функция исторической преемственности). Культура, – пишет он, – это «чрезвычайно сложно организованный механизм, который хранит информацию» (Там же: 395), основным способом передачи и хранения которой выступает язык и созданные на его основе тексты, также как и другие знаковые системы<sup>24</sup>.

Когда Ю.М. Лотман пишет, что «культура в целом может рассматриваться как текст» (Там же: 72), он исходит из своего понимания культуры как «информационного резервуара человеческих коллективов и человечества в целом», хранящийся в памяти в виде текстов и других знаковых систем. Согласно Ю.М. Лотману, «переведение некоторого участка действительности на тот или иной язык культуры, превращение его в текст, т.е. в зафиксированную определенным образом информацию, и внесение этой информации в коллективную память – такова сфера повседневной культурной деятельности» (Там же: 397) и «только переведенное в ту или иную систему знаков может стать достоянием памяти» (Там же). Неудивительно, поэтому, что «всякое разрушение культуры протекает как уничтожение памяти, стирание текстов, забвение связей» (Там же).

Подчеркивая тесную связь языка и культуры Ю.М. Лотман пишет: «Поскольку возможность концентрации и хранения средств поддержания жизни – накопление информации – получает совершенно иной характер с момента возникновения знаков и знаковых систем – языков – и поскольку именно после этого возникает специфически человеческая форма накопления информации, культура человечества строится как знаковая и языковая. Она неизбежно принимает характер вторичной системы, надстраиваемой над тем или иным, принятым в данном коллективе, естественным языком, и по своей внутренней организации воспроизводит структурную схему языка. Более того, являясь коммуникативной системой и обслуживая коммуникативные функции, культура в принципе должна подчиняться тем же

конструктивным законам, что и другие семиотические системы» (Там же: 396).

При этом Ю.М. Лотман обращал особое внимание на организованный характер культуры («там где Правила, начинается Культура»), что является особенно важным с точки зрения нашего исследования. Он пишет: «Культура – знаковая система, определенным образом организованная. Именно момент организации, проявляющейся как некоторая сумма правил, ограничений, наложенных на систему, выступает в качестве определяющего признака культуры» (Там же).

Таким образом, согласно Ю.М.Лотману, культура – это форма накопления, хранения и передачи информации (знаний), что невозможно без общения между людьми. Культура образует определённую систему знаков, употребляемых в соответствии с известными членам данного коллектива правилами. А поскольку, назначение знаков – осуществление коммуникативной функции для передачи информации, следовательно, культура имеет коммуникативную функцию и природу.

Говоря о соотношении понятий текст и дискурс, В.Е. Чернявская отмечает, что текст является элементом в системе коммуникативных действий. Текст – результат коммуникативно-речевой деятельности, та структура, которая возникает в ходе этой деятельности, – структура, имеющая свои внутренние (внутритекстовые) закономерности, связывающая последовательность высказываний в единую текстовую систему соответственно критериям текстуальности. Но не только. Текстовое целое возникает под воздействием определенной совокупности экстралингвистических, т.е. вне- и надъязыковых, стиле- и текстообразующих факторов (Чернявская 2013:103 ).

Таким образом, текст является одним из элементов, безусловно, основополагающим, но не единственным в сложной системе коммуникативного процесса. Акцентированное признание этого факта в современной теории текста привело к решительному перемещению исследовательских интересов от вопросов вну-

тритекстовой организации к процессам тексто- и смыслопостроения. Само понятие целостности, цельности текста получает свое реальное наполнение и осмысление через неразрывную связь с экстралингвистическим вокругтекстовым фоном. Данные языковой системы (т.е. интралингвистический аспект) недостаточны для раскрытия специфики целого текста. Сущность целого текста может быть объяснена только при учете коммуникативного, социокультурного, когнитивного факторов, сплетенных с собственно лингвистическими. Такое осмысление лежит в основе современного разделения понятий текст и дискурс (Там же: 103-104).

Дискурс в одном из его возможных пониманий обозначает текст в неразрывной связи с ситуативным контекстом, определяющим все то, что существенно для порождения данного высказывания / текста, в связи с системой коммуникативно-прагматических и когнитивных целеустановок автора, взаимодействующего с адресатом. В этом смысле дискурс характеризует коммуникативный процесс, приводящий к образованию определенной структуры текста. Становится очевидным разделение понятий «текст» и «дискурс» и задач традиционного текстового анализа и анализа дискурса. Если анализ текста направлен в первую очередь на внутренние – внутритекстовые – отношения высказываний между собой, их пропозициональную и иллокутивную структуру, взаимоотношения текстового целого и его частей, то анализ дискурса характеризует внешние по отношению к тексту особенности коммуникативного процесса.

*Дискурсивный анализ сконцентрирован на степени и характере влияния различных факторов коммуникативно-речевой деятельности как непосредственно ситуативного контекста, так и более широкого экстралингвистического фона на формирование языковых закономерностей конкретного произведения* (Там же: 104).

Поскольку процесс коммуникации в широком смысле можно

рассматривать как обмен символами, с помощью которых происходит передача нужной информации, рассмотрим соотношение таких понятий как символы, коннотации и культурные коды.

Системы знаков материального и духовного мира, ставших носителями культурных смыслов, представляют собой вторичные семиотические системы, называемые культурными кодами (Гудков, Ковшова 2007: 9). Как отмечает Д. Б. Гудков, «те или иные объекты окружающего нас мира (как природные, так и артефакты), помимо выполнения своих прямых функций, обретают еще и функцию знаковую, оказываются способными нести некие добавочные значения. Имена, называющие подобные объекты, образуют связанные друг с другом вторичные семиотические системы, которые мы называем кодами (соматическим, зооморфным, природно-ландшафтным и др.) национальной культуры» (Гудков, 2004: 39; Красных 2002: 232).

Исследователи выделяют несколько базовых видов культурных кодов, в том числе вербальный, реальный и акциональный коды культуры, а также соматический, зооморфный, природно-ландшафтный, пространственный, временной, предметный, духовный, а так же речеповеденческий / коммуникативный коды (Гудков 2004; Красных 2002). Язык, являясь один из универсальных кодов культуры, участвует в семиотическом обмене и интерпретации других культурных кодов. Как отмечает В. Н. Телия, соотнесение языковых значений с тем или иным культурным кодом и составляет суть лингвокультурологического анализа (Телия 1996: 219).

В случаях, когда единицы культурного кода выступают именно как символы, отмечает Д. Б. Гудков, «мы имеем дело с особым типом коннотативного значения», именуемом символическим, при котором название конкретного предмета используется для обозначения абстрактного понятия (Гудков 2004: 47).

Некоторые авторы считают, что раскрытие значения символов происходит в форме их денотации и коннотации. При этом

под денотацией понимается «значение символа, признаваемое большинством людей в данной культуре», а под коннотацией – «вторичные ассоциации, разделяемые лишь несколькими членами данного сообщества. В силу этого они всегда субъективны и эмоциональны по своей природе» (Грушевицкая, Попков, Садохин, 2003: 111).

Между тем, символическое, неязыковое значение составляющих культурного кода является коннотативным, в отличие от языкового значения, которое является денотативным (Гудков 2004: 47). Коннотации выражают эмоциональные или оценочные оттенки слова или высказывания и отображают культурные традиции общества и отнюдь не «нескольких» его членов. Иными словами, коннотации являются разновидностью прагматической информации, отражающей не сами предметы и явления, а определенное отношение к ним. В разных языках коннотации одного и того же слова могут быть одинаковыми, но в основном они бывают разными. Социокультурные коннотации особенно ярко представлены в зоонимах. Например, коннотацией слова «слон» в английском и армянском языках является «сила» (англ.: *As strong as an elephant*; арм.: *փղի պես ուժեղ*). В русском языке с силой ассоциируется скорее бык или медведь («сильный как бык», «здоровый как бык», «сильный как медведь»; ср англ.: *strong as a horse, as strong as an ox*; арм.: *ցլի նման ուժեղ, ցլի առողջութիւն ունենալ*). В русском языке коннотацией слова «слон» является – неуклюжесть, например, в выражении «слон в посудной лавке». В английском же смысловом эквиваленте данного выражения (“*a bull in a china-shop*”) с неуклюжестью ассоциируется образ быка.

Английское выражение «white elephant» имеет коннотативное значение обременительного имущества, обузы, которое отсутствует в русском и армянском языках, что не может не отразиться на смысловом восприятии данного выражения в его русском или армянском переводе, например, в рассказе Э. Хемингуэя «Белые слоны». Однако, в разных языках слова могут



иметь и одинаковые коннотации, например, в английском, русском и армянском языках лиса имеет коннотации «хитрый», «коварный» (рус.: коварный лис; англ.: as sly as a fox; cunning fox (cunning = clever in the sense of trickery); perfidious fox – о человеке; ср. perfidious Albion; арм.: խորամանկ աղվես – о человеке).

Успешность межкультурной коммуникации предполагает также знание реалий, которые включают в себя не только так называемые «денотативные» и «коннотативные» реалии, но и речевой этикет и нормы поведения (Томахин 1988: 41-42, 72-83). Г.Д. Томахин определял «денотативные» реалии в качестве реалий, обозначающих предметы и явления, характерные для данной культуры и не имеющие соответствий в сопоставляемой культуре (географические, этнографические, бытовые, общественно-политические и др.), а «коннотативные» реалии как обозначающие предметы, ничем не отличающиеся от аналогичных предметов сопоставляемых культур, но получившие в данной лингвокультуре дополнительные значения в силу определенных культурно-исторических ассоциаций (Там же: 220-221). В связи с указанным разграничением реалий Г.Д. Томахиным следует заметить, что свои национально-культурные коннотации могут иметь не только «коннотативные», но и «денотативные» реалии. Поэтому более корректно было бы назвать «денотативными» те реалии, которые содержат в себе лишь лексическую, смысловую информацию, а «коннотативными» – реалии, связанные с определенной ассоциативно-образной символикой.

В случае с «коннотативными» реалиями речь по сути идет о двойных номинациях тех слов, которые могут иметь символическое значение, причем эти слова могут относиться как к реалиям, так и к словам общеупотребительной лексики, коннотативное значение которых и причисляется Г.Д. Томахиным к «коннотативным» реалиям.

В этой связи следует указать на необходимость разграничений коннотаций и символов. Символическое значение

представляет собой особый тип коннотативного значения. Особенность коннотативного значения символа заключается в том, что в отличие от обычной коннотации, где коннотативное значение является лишь дополнением к главному, денотативному значению слова, «коннотативное значение символа является основным, в отличии от его денотативного значения» (Nöth 1995: 118). Это относит символическое значение к форме не прямой коммуникации, так как символическое значение является, в первую очередь, коннотативным и лишь затем денотативным (Nöth 1995: 118-119). Это, как отмечает Винфред Нот, в определенной мере сближает символ с метафорой и другими тропами, разница между ними заключается в том, что при осмыслении метафоры ее буквальный смысл должен быть откинут и заменен фигуральным, символ же сохраняет свое первоначальное значение, но приобретает также и коннотативное значение, которое становится основным (Nöth 1995: 118-119).

В то же время следует сказать и о необходимости «разграничивать функцию реалии и символическую функцию имени языкового знака» (Телия 1996: 243; Гудков 2004: 49). Ведь «в отличие от собственно символов (когда носителем символической функции является предмет, артефакт или персона) роль языкового символа заключена в смене значения языковой сущности на функцию символическую; словозначение в этом случае награждается смыслом, указывающим не на собственный референт слова, а ассоциативно замещает некоторую идею» (Телия 1996: 243). Например, в метафоре “Your liberty ends where my nose begins” (данная метафора приведена в в кратком тезаурусе традиционных английских метафор в качестве американской (Wilkinson 2008: 13)) такая единица соматического кода, как нос (nose) в качестве части тела не является сама по себе знаком пространственной близости. Этим значением обладает имя нос, т.е. слово, а отнюдь не его референт. Именно это символическое значение слова или словосочетания представляет наибольшую трудность в контексте межкультурного общения.

Как отмечает Д. Б. Гудков, имена, принадлежащие к разным кодам культуры, «обладают, помимо общеязыкового, еще и особым символическим значением как знаки вторичной семиотической системы, причем значение это отнюдь не является ситуативно обусловленным, но закреплено за соответствующей единицей языка. «Классические» толковые словари, как правило, не описывают эти значения, игнорируя их, что делает необходимым и актуальным введение подобных описаний в лексикографическую практику» (Гудков 2004: 49).

В политическом дискурсе очень часто используются фразеологизмы или метафоры с самыми различными культурными кодами (природо-ландшафтным, соматическим, зоологическим и т.д.), имеющими свое прочтение в конкретном культурном контексте. Однако имеются также сугубо политические метафоры исторического характера, которые не только выражают некое символическое значение, но и дают свою трактовку конкретного исторического события или исторического персонажа. Например, в метафоре “False as Fortager” в качестве символа притворства и предательства упоминается кельтский король Британии первой половины V века Вортигерн, который в нарушение договоренности между кельтами пригласил англо-саксов и ютов в Кент, а после получения от них помощи в борьбе со своими врагами, начал борьбу против них (Wilkinson 2008: 200).

Некоторые политические метафоры могут иметь специфичную для данной культуры окраску и быть непонятными для других лингвокультур, например, метафористическое выражение “wistle-blower” (Ibid.: 202), употребляемое в отношении людей, которые бьют тревогу перед властями о происшедшем нарушении, несправедливости или преступлении по аналогии с шоп-стюардами, обычно созывающих рабочих на забастовку посредством свистка.

Символ от своего первоначального значения как формы опознания развился в форму выражения идентичности. Символ в культуре – универсальная категория, с помощью которой люди

могут выразить и передать все свое внутреннее состояние. Символ может на архетипическом уровне вызволять из сферы бессознательного разные, порой даже забытые чувства и переживания.

Символ может иметь не одно, а несколько значений. Например, библейская гора Арарат является символом спасения, новой жизни, а также национальным символом Армении, символом идентичности армянской нации. В армянском самосознании гора Арарат выступает в качестве символа, включающего в себя целый ряд концептов, в том числе концепта Западной Армении – потерянной армянами своей исторической родины в результате геноцида армян 1915-1923 гг.

В своей поэме «Несмолкаемая колокольня» («Անլռելի գանձակատուն») Паруйр Севак подчеркивает значение для армян горы Арарат как источника (բյուրակյան ակունքն եւ մեր), огня, очага и тонира (Յուրտը մեզնից՝ իսկ դու՛ կրակ, / Իսկ դու՛ օջախ, / Իսկ դու՛ թոնիր), т.е. символа очага, дающего жизнь, тепло и пищу, символа, объединяющего все части армянского народа, разбросанного по разным концам света в результате геноцида, осуществленного на его исторической родине (մեր ցարուցիք մասունքների հավաքարար), национальной святыни, олицетворяющей собой образ несмолкаемой колокольни<sup>25</sup>.

В стихотворении Ованеса Шираза «Завещание» («Կտակ») отец, обращаясь к сыну, говорит: Քեզ Մասիսն եմ կտակում, որ դու պահես հավիտյան, / Որպես լեզուն մեր հայոց, որպես սյունը քո հոր տան («Я завещал тебе Масис, и ты храни его, / Как свой язык родной, как стены дома твоего!»).

Важное значение Арарата для армянского сознания осознают не только армяне. В своем стихотворении об Армении русский поэт Евгений Евтушенко пишет: «Пусть надорвусь, пускай хребет дробится, / Я Арарат на плечи бы взвалил / И перенес бы к вам через границу». Неудивительно, что известный британский историк

Кристофер Уолкер (Walker 2005) назвал одну из своих книг об Армении глазами англичан, включая известных политиков, писателей, поэтов и путешественников, "Visions of Ararat" («Видения Арарата»).

Важное место в языке сознания представителей многих лингвокультур занимает концепт «мать», который является символом жизни, святости, вечности, тепла и любви. Образ матери имеет целый ряд символических значений, в том числе Матери-Земли (древнегреческая богиня Гея). В славянской мифологии ею была Мокош, перед которой трепетали всемогущие боги. Её суровый нрав запечатлён в пословице «Бог – не Мокошь, чем-нибудь да потешит». Образ Матери-Природы использует Дж. Байрон в «Паломничестве Чайльда Гарольда»: Dear Nature is the kindest mother still (Byron G. Child Harold Pilgrimage 2: 37). В англосаксонской мифологии богиня Eostre, от имени которой происходит английское слово Easter (пасха), ассоциировалась с весной (ее праздник, согласно Беде Досточтимому, отмечался в день весеннего равноденствия)<sup>26</sup>.

Образ Богини-Матери в армянской мифологии представлен глубоко почитаемой богиней Анаит, которая также считалась богиней плодородия и любви: Վայր աստվածուհի, Վայր դիցուհի. С культом богини Анаит был тесно связан культ Великой матери Нанэ, которая в армянской мифологии являлась богиней войны, материнства и мудрости; в народной армянской речи имя Нанэ приобрело нарицательное значение – бабушка, мать.

В англо-саксонской мифологии богиня Фригг, жена Одина – верховного бога в англо-саксонской (так же как и в германоскандинавской) мифологии, являлась покровительницей любви, брака и домашнего очага (от ее имени происходит английское название дня недели пятницы – Friday). Богоматерь (также Мадонна, Богородица, Дева Мария) в христианской религии – мать Иисуса Христа, одна из наиболее почитаемых фигур, в особенности в католицизме, православии, Армянской Апостольской Церкви, являет собой ещё одно символическое значение образа матери<sup>27</sup>.

Символическое ощущение матери в качестве источника, исходной формы проявляется в некоторых названиях, например, the Mother of Parliaments – об английском парламенте, старейшим в мире, материнская плата в компьютере (motherboard), материнские клетки в биологии (mother cell), материнские предприятия (компании) в экономике (ср. англ.: parent company, арм.; մայր ընկերություն) и т.п.

В армянском сознании концепт мать, так же как и очаг, имеет священное значение и любые отрицательные высказывания относительно этих двух концептов считаются кровным оскорблением. Помимо концепта «мать» для армянского самосознания первостепенное значение имеет концепт «родной язык» (մայրենի լեզու). Норайр Адалян, говоря о роли армянского языка в судьбе армянского народа, метафорически сравнивает его с родиной (см. его статью под названием «Հայոց լեզուն հայրենիք») <sup>28</sup>. В условиях потери национальной государственности армянский язык взял на себя главную функцию национального государства, а именно функцию сохранения национальной идентичности, объединения и консолидации народа. Об отношении армян к своему родному языку говорит тот факт, что, в отличие от других народов, они называют его «материнским языком» (մայրենի լեզու; ср. рус.: «родной язык»; англ.: first language, native language, но mother tongue). Как отмечает Норайр Адалян, в выражении մայրենի լեզու подчеркиваются такие смыслы как начало, источник, корни, а в выражении «родной язык» – отношение близкое – далекое. Симптоматично, что в армянском национальном сознании концепт родного языка оценивается порой даже выше концепта матери. Так, Сильва Капутикян в стихотворении «Слово сыну» пишет: Не запятнай же чистоты, / Куда бы ты ни правил путь, / И если мать забудешь ты, – / Армянской речи не забудь. (Пер. В.Звягинцевой).

В русской лингвокультуре в первую очередь отмечается

богатство и самостоятельная ценность русского языка. В своем стихотворении в прозе «Русский язык» (1882) И. С. Тургенев пишет: «Во дни сомнений, во дни тягостных раздумий о судьбах моей родины, ты один мне поддержка и опора, о великий, могучий, правдивый и свободный русский язык! Не будь тебя – как не впасть в отчаяние при виде всего, что совершается дома. Но нельзя верить, чтобы такой язык не был дан великому народу!» (Тургенев 1978: 458).

Что касается англичан, то они, как отмечают Э. Майол и Д. Милстед, «чрезвычайно гордятся своим языком, хотя в большинстве своем пользуются лишь крошечной его частью (да и то зачастую плоховато)» (Майол, Милстед 1999: 66). Говоря о чувстве гордости англичан за свой язык, Э. Майол и Д. Милстед отмечают, что “Complete Oxford Dictionary” (“Полный оксфордский словарь”) состоит из 23-х томов и содержит более 500 000 слов, тогда как наиболее полный словарь немецкого языка содержит около 185 000 слов, а французского – менее 100 000. Рабочий словарь Шекспира включал 30 000 слов (некоторые из них он выдумал сам), что в два раза больше, чем лексикон современного образованного англичанина. Большинство же англичан прекрасно обходятся в 8 000 слов – столько же слов в Библии короля Якова (английском переводе Библии 1611г., которым и сейчас пользуется большинство англиканских церквей) (Там же).

Отмечая, что английский язык является главным средством общения в мире, на котором говорит 1 миллиард человек, Э. Майол и Д. Милстед пишут: «Видимо скоро англичане запросто станут путешествовать по всему земному шару, пользуясь исключительно своим родным языком, и при этом им даже не потребуется кому-то что-то повторять или хотя бы повышать голос. Подобная перспектива заставляет их чувствовать себя КОМФОРТНО – это английское словечко не имеет эквивалента ни в одном другом языке мира, а их более 2 700, и ни в одной другой культуре» (Там же: 67). А секрет успеха английского языка заключается в том, что язык этот, как и сами англичане, все время что-то впитывает, черпает из

той культуры, с которой в данный момент соприкасается. Ни один другой язык не располагает столькими различными способами выражения практически одного и того же, как английский (Там же: 66).

Помимо языка, у англичан имеется много других символов, но одним из самых главных символов для них является крикет. Как отмечают Э. Майол и Д. Милстед, «крикет для англичан не просто игра. Это символ. Команда из 22-х человек персонифицирует все философские и религиозные представления жителей этой страны. Можно, конечно, не обращать на это внимания если не боитесь. Но тогда вы запросто попадете в неловкое положение, и вас легко обвинят в том, что вы «играете не по правилам» или «не играете прямой битой» – то и другое клеймо невоспитанного человека» (Там же: 48).

Крикет все англичане считают национальной формой летнего досуга. Англичане изобрели крикет 750 лет назад, и по отношению к нему ощущают себя страшными собственниками. «Правила этой игры, – пишут Э. Майол и Д. Милстед, – одна из величайших тайн нашей жизни, тщательно закодированная и известная только посвященным». В случае проигрыша англичане приходят в страшное волнение и обвиняют каждого в самых невероятных видах мошенничества. Они шумно жалуются, уверяя, что это «никакой не крикет» (Там же: 48-49).

Национально-культурная специфика слова *cricket* нашла отражение в английском языке. Вот лишь некоторые примеры фразеологизмов со словом *cricket*: *Lively as a cricket* – живой как ртуть – սնդիկի պես շարժուն; *merry as a cricket* – веселый как птичка, очень жизнерадостный – թռչունի պես զվարթ, շատ կենսուրախ; *It isn't cricket* – это нечестно, это низко դա ազնիվ չէ; *play cricket* – поступать честно, порядочно (*syn. play fair*).

Вслед за Д. Б. Гудковым мы согласны с В.Н. Телия, которая говорит о необходимости «разграничивать функцию реалии и символическую функцию имени языкового знака» (Телия, с. 243).



Ведь «в отличие от собственно символов (когда носителем символической функции является предмет, артефакт или персона) роль языкового символа заключена в смене значения языковой сущности на функцию символическую; словозначение в этом случае награждается смыслом, указывающим не на собственный референт слова, а ассоциативно замещает некоторую идею» (Телия, с. 243).

Именно это символическое значение слова или словосочетания представляет наибольшую трудность в контексте межкультурного общения поскольку одинаковые с точки зрения повседневной, бытовой практики реалии внешнего мира зачастую получают в языке культуры разную символическую значимость (Гудков, Ковшова 2007: 8-9).

Чаще всего в ходе коммуникации происходит обмен символами-словами, хотя есть символы-предметы, процессы и пр. В той или иной культуре символы могут принимать различные виды. В качестве символов помимо слов используются невербальные приемы (пожатия рук, поклоны, приветствия), материальные предметы. Так, например, государственный флаг символизирует принадлежность соответствующей территории к данному государству или служит выражением лояльности гражданина к своему государству.

Между символом и его значением зачастую нет естественной связи. Их отношения произвольны и варьируются в разных культурах (Грушевицкая, Попков, Садохин, 2003: 111). Поскольку процесс общения в широком смысле можно рассматривать как обмен символами, с помощью которых происходит передача нужной информации, человек, незнакомый с символикой данной культуры, рискует столкнуться с серьезными коммуникационными трудностями.

Как видно из вышеприведенного материала, символ коррелирует с понятием концепта<sup>29</sup>, который сам может выполнять роль символа (Воркачев 2003: 9-10). В.А.Маслова отмечает, что концепт окружен эмоциональным, экспрессивным, оценочным ореолом: это тот «пучок» представлений, понятий, знаний,

ассоциаций, переживаний, который сопровождает слово и выражаемое им понятие. При этом, число лексических единиц, являющихся концептами, ограничено, потому что «не всякое имя-обозначение явления есть концепт. Концептом становятся только те явления действительности, которые актуальны и ценны для данной культуры, имеют большое количество языковых единиц для своей фиксации, являются темой пословиц и поговорок, поэтических и прозаических текстов. Они являются своего рода символами, эмблемами, определенно указывающими на породивший их текст, ситуацию, знания. Они являются носителями культурной памяти народа» (Маслова 2011: 22).

Концепт – многомерное образование, включающее в себя не только понятийно-дефиниционные, но и коннотативные, образные, оценочные, ассоциативные характеристики, которые должны быть учтены при описании концепта (Маслова 2011: 33).

Как отмечает В. А. Маслова, концепт зачастую выступает в виде «свернутого» текста<sup>30</sup>, из чего следует, что «многие концепты свернуты во фрейм» (Маслова 2011: 27). Фрейм, согласно автору, – это «обобщенная модель организации культурного знания вокруг некоторого концепта», структура знания о мире, ассоциирующаяся с конкретной языковой единицей (Там же).

Указанная структура концепта делает возможным активизации в сознании человека определенного концепта одним упоминанием одной из фреймовых структур, причем это может быть любая реалья – антропонимы, зоонимы, флоронимы, топонимы и т.д. Например, дуб (oak tree), в силу определенных историко-культурных традиций ассоциируется в сознании англичан с их родиной – Англией и с таким характерным для нее институтом как монархия. Неудивительно, поэтому, что свою известную книгу об Англии В. Овчинников назвал «Корни дуба» (1980).

Система ключевых концептов и связывающих их ключевых идей (сквозных мотивов) формирует языковую картину мира. Ключевые концепты могут быть заключены в соответствующих словах, которые могут быть названы ключевыми для той или иной

языковой картины мира. Такие слова являются лингвоспецифичными (*language-specific*), так как в них выражаются национальное миропонимание и мироощущение того или иного народа и для них трудно найти лексические аналоги в других языках (Зализняк, Левонтина, Шмелев 2005: 10).

В качестве ключевых концептов английской языковой картины мира некоторые исследователи выделяют такие концепты как *home, freedom, privacy, common sense, gentleman, fair play* (Богачев 2007; Кончакова 2011). Среди ключевых слов американской культуры О.А. Леонтович в первую очередь называет следующие три: *privacy, challenge, efficiency* (Леонтович 2007: 120). Как нам представляется, подобное деление между английской и американской картинами мира в определенной мере условно, ибо многие из указанных концептов являются общими для указанных картин мира. Так, известно, что концепт свободы является фундаментальным для американской картины мира. Слова *freedom/liberty* по данным английского ассоциативного словаря ассоциируются в английском языковом сознании прежде всего с Америкой. Но данный концепт важен и для британского языкового сознания. Причем, по словам М. Тэтчер, и другие народы признают то, что Британия на протяжении всей своей истории «несла факел свободы» (“throughout our history, we have carried the torch for freedom”)<sup>31</sup>.

Сугубо британский концепт “*fair play*” является ключевым также и для американского менталитета. Например, в обращении «О положении страны» 2015 г. Барак Обама слово “*fair*” произнес 8 раз, а словосочетание “*fair play*” – 2 раза. Следующий фрагмент из его выступления не только указывает на важность данного концепта для развития рыночной экономики (“Together, we discovered that a free market only thrives when there are rules to ensure competition and fair play”), но и на ту роль данного концепта, которую он вместе с другими ценностями играл на протяжении всей истории страны в качестве залога прогресса всего американского общества: “Our challenges may be new. The instruments with which we meet them may

be new. But those values upon which our success depends – honesty and hard work, courage and fair play, tolerance and curiosity, loyalty and patriotism – these things are old. These things are true. They have been the quiet force of progress throughout our history”<sup>32</sup>.

А. Вежицкая к ключевым словам русской культуры относит такие слова, как «душа», «тоска», «судьба» (Вежицкая 2001: 35-36), в то время как А.А.Зализняк, И.Б. Левонтина, А.Д. Шмелев добавляют к ним и такие слова как счастье, разлука, справедливость (Зализняк, Левонтина, Шмелев 2005: 10). Наряду с такими культурно-значимыми словами-концептами к числу лингвоспецифичных относятся также любые слова, в значении которых входит какая-то важная именно для данного языка (т.е. ключевая) идея – в русском языке, это, например, такие слова как собираться, добираться (куда-то), постараться (что-то сделать); сложилось, довелось; обида, попрек; заодно и др. (Там же).

Существует ряд признаков, позволяющих определить, что слово является ключевым, в том числе его общеупотребительность (что можно, например, определить по данным частотных словарей), нахождение данного слова в центре целого фразеологического семейства, его частое употребление в пословицах, изречениях, названиях книг и т.д. (Вежицкая 2001: 36). Ключевые слова могут входить в структуру того или иного концепта, а также сами могут являться языковым выражением концепта.

Язык, как известно, отражает определенный способ восприятия мира, или языковую картину мира, и владение данным языком предполагает владение концептуализацией мира, отраженной в этом языке (Шмелев 2012: 286). При этом, совокупность представлений о мире, заключенных в значении разных слов и выражений данного языка, складывается в некую единую систему взглядов и предписаний, которая навязывается в качестве обязательной всем носителям языка (Зализняк, Левонтина, Шмелев 2005: 9) и в той или иной степени разделяется всеми говорящими на этом языке (Шмелев 2012: 286).

Это происходит потому, что представления, формирующие

картину мира, входят в значения слов в неявном виде. Пользуясь словами, содержащими неявные, «фоновые» смыслы, человек, сам того не замечая, принимает и заключенный в них взгляд на мир (Там же). Напротив того, смысловые компоненты, которые входят в значение слов и выражений в форме непосредственных утверждений и составляют их смысловое ядро, могут быть (и нередко бывают) осознанно оспорены носителями языка. Поэтому они не входят в языковую картину мира, общую для всех говорящих на данном языке (Там же).

Например, в стихотворении А.С.Пушкина «Узник» слово «свобода» не упоминается ни разу, но оно насквозь проникнуто идеей о свободе. Точно также в романе Кена Кизи «Пролетая над гнездом кукушки» слово «свобода» (freedom) не упоминается, хотя концепт «свобода» незримо присутствует во всем романе, составляя его суть. Даже тогда, когда рассказчик Вождь Бромден оказывается на свободе в результате бегства из психиатрической больницы, он, характеризуя свое состояние, не прибегает к слову «свобода», а использует прилагательное «свободен» (free) в редуцированной предикативной конструкции: "I ran across the grounds in the direction I remembered seeing the dog go, toward the highway. I remember I was taking huge strides as I ran, seeming to step and float a long ways before my next foot struck the earth. I felt like I was flying. Free." (Kesev 2004: 410).

Поскольку показательными для языковой картины мира являются неявные смыслы, их обнаружение, как правило, требует детального семантического анализа. Между тем иногда делаются поверхностные или неточные суждения об особенностях языковой картины мира. Среди них А.Д. Шмелев выделяет следующие: «Русским свойственна ленивая беспечность, что находит отражение в одном из самых характерных русских слов – слове *авось*». «Тот факт, что для русского синтаксиса характерны безличные предложения, свидетельствует о том, что для русских свойственно представление о некоей фатальной непостижимой силе, которой нет названия». «Частотность слова *судьба* в русской речи говорит о

фатализме русских». Такие суждения, как считает А.Д. Шмелев, дают упрощенное или прямо неверное представление о специфике концептуализации мира, задаваемой русским языком (Шмелев 2012: 287).

Например, установке на авось как будто противоречит желание застраховаться от любых возможных неожиданностей, лежащее в основе таких выражений, как «на всякий случай», «мало ли что», «а вдруг». Однако, при детальном семантическом анализе выясняется что кажущееся противоречие является мнимым. Противоположность установок, выраженных в слове *авось*, с одной стороны, и в выражениях *на всякий случай*, *мало ли что* и т.п. – с другой – относительна, ибо в некотором отношении они представляют собою как бы разные стороны одной медали (Там же: 290). Установка на беспечность, выраженная в слове *авось* – пишет А.Д. Шмелев, «вытекает из того соображения, что, поскольку всего все равно не предусмотреть, нет никакой смысла в том, чтобы пытаться защититься от возможных неприятностей; лучше, не суесться попусту, просто надеяться на благоприятный исход событий. Сталкиваясь с необходимостью действовать, носитель такой установки часто действует наобум, наугад, надеясь на то, что «авось» из этого само собою выйдет что-нибудь хорошее. Но, желая чувствовать себя в большей безопасности он может *на всякий случай* предпринимать меры предосторожности, которые никак не диктуются трезвым расчетом и ориентированы на то, что произойти может все что угодно. Тем самым он фактически надеется на то, что *авось* эти меры окажутся полезными, т.е. опять-таки недалеко уходит от того, чтобы рассчитывать на «авось» (Шмелев 2012: 287). То, что расчет на *авось*, как правило, оценивается в русской культуре невысоко, видно из пословиц, в которых соответствующий компонент выходит из сферы фоновых смыслов и оказывается в фокусе высказывания: *От авося добра не жди; Авось плут, обманет; Держался авоська за небоську, да оба под мат угодили; Авось, небось да какнибудь – добра не будет* (Шмелев 2012: 290; Аникин 1998: 13).

Ни в английском, ни в армянском языке нет точного

эквивалента слова авось, которое переводится на английский язык как *perhaps, may be* и на армянский язык как *զոյցե, թերևս* (может быть, пожалуй, возможно). Выражению «делать что-либо на авось» в английском языке соответствует выражение “*on the off-chance*”, где ключевым словом является слово *chance* (случай), а в армянском языке выражение *որև է բան անել «յա բախտ» (բախտի բերման փափախնած)*, т.е. делать что-то полагаясь на судьбу. Помимо диалектного выражения «*յա բախտ*» (Ղարիբյան 1982: 103), в армянских словарях зафиксировано диалектное слово «*բալքի(ն)*» в том же значении: – Փորձեմ, բալքի հաջողվում ա (Բեդիրյան 2011: 213).

Близким по смысловой нагрузке к слову авось является слово *счастье*, соотносящееся с одним из ключевых концептов русской языковой картины мира. В традиционной русской языковой картине мира *счастье* понимается как **везение**, когда *счастливы* складываются обстоятельства. Оно не зависит от личных усилий и заслуг человека и поэтому рассчитывать на *счастье* в традиционной русской картине мира близко к тому, чтобы **надеяться на авось**, и подобно расчету на *авось* может оцениваться невысоко (Шмелев 2012: 291). *Счастье* в русском языковом сознании относится в основном к складываемым в различных ситуациях обстоятельствам (*счастливый расклад, счастливая карта, счастливый исход, счастливый день*), к бытовой сфере (*монетка на счастье, счастливый случай; Ему улыбнулось счастье; Кто счастлив в картах, тот несчастлив в любви*), а так же к теме любви, именно в связи с которой чаще всего говорят о том, что человек счастлив, как о его актуальном состоянии. Однако при сопоставлении слова «счастье» в английской языковой картине мира выявляется, что оно имеет разное значение в этих языках. Так, английское слово *happy* может использоваться в приземленных контекстах, когда говорить о счастье для русских было бы просто неуместно (например, *Are you happy with your mark?* вместо *Вы довольны вашей оценкой?* или *We'll be happy to come* вместо *Мы с удовольствием придем*).

В армянском языке выражения типа *We'll be happy to come* так же не представляются возможным (в армянском языке в этой ситуации более уместно было бы сказать «Մենք հաջոյքով կգանք» (мы с удовольствием придем) или «Ուրախ կլինենք գալ» (рады будем придти)). Симптоматично, что в армянском языке имеется два слова «բախտավոր» и «երջանիկ», которые переводятся как «счастливый», хотя первое, как производное от слова «բախտ» в значении удача<sup>33</sup> имеет также значение «удачливый» (*lucky*), которое имеет в армянском языке свой прямой эквивалент «հաջողակ». Тем не менее оба указанных слова могут употребляться синонимично (բախտավոր / երջանիկ աստղի տակ ծնւել; ср. рус.: родится под счастливой звездой; и англ.: *To be born under a lucky star*), что свидетельствует о важном значении концепта счастье в армянской языковой картине мира.

Как отмечает А.Д. Шмелев, в русском *счастье* – в отличие от его западных аналогов – наблюдается ключевой мотив русской языковой картины мира: противопоставление «низкого», «бытового» и «высокого». (Там же: 291). Именно ключевые идеи языковой картины мира составляют основную трудность для межкультурной коммуникации. При общении с представителями иных культур человек, говорящий на неродном языке, стоит перед выбором: использовать модели (*conversational routines*) языка общения, обрекая свое высказывание смыслами, чуждыми исходному коммуникативному намерению, или обращать на себя внимание нестандартностью речевого поведения и излишне акцентировать смыслы, которые на родном языке оставались бы «в тени». Решение в каждом конкретном случае зависит от целого ряда параметров. Но совершенно нелишним является осознание проблемы и исследование всего того, что, не попадая в фокус высказывания, составляет сквозные мотивы дискурса на данном языке (Там же: 295).

Особенности культуры народа могут получить отражение не только в лексике, но и в грамматическом и синтаксическом строе



языка. Как отмечает И.А.Зимняя, одной из главных методологически значимых характеристик языка является то, что язык является общественно-историческим продуктом, в котором находят отражение культура, система социальных отношений, традиции, история народа. В системе лексических значений, в характере функционирования грамматических форм, даже в определенном изменении строя языка отражаются конкретные социально-исторические условия общественного бытия языковой общности на определенном этапе ее развития. Так, например, по ее мнению, именно этносоциокультурным фактором во многом можно объяснить большую употребительность пассивного залога англоговорящими людьми. Видя в пассивном залоге способ ухода от прямого наименования субъекта действия, определенный, соотносимый с особенностями этносоциокультурных норм способ формирования и формулирования мысли, она связывает это с определенными нормами викторианской эпохи, «предписывающими сдержанность, отстраненность, не явную эксплицированность мысли» (Зимняя 2001: 164). Тот факт, что в древнеанглийском периоде глагол вообще не имел категорию залога и только в 18-19 вв. началось широкое использование различных пассивных конструкций (Чурицкая, Чурицкий 2013: 138-139), в определенной мере подтверждает вышеприведенную точку зрения.

Другой важнейшей характеристикой, определяющей взаимоотношения между людьми, является принятая в общении того или иного культурного сообщества степень эмоциональности, на основании чего культуры могут быть подразделены на эмоциональные и нейтральные. Армянская культура относится к культурам эмоциональным, поскольку выражение своего личного отношения, как вербальными, так и невербальными средствами, является общепринятым, что находит отражение как в языке, так и в нормативах коммуникативного поведения.

Англо-американская культура относится к культурам эксплицитно эмоциональным, что означает, с одной стороны, приверженность ее представителей к положительно окрашенной

эмоциональной риторике, а с другой стороны подчеркивает тот факт, что данная эмоциональность является лишь принятой нормой общения, и совсем не всегда соответствует личным чувствам и эмоциям британцев или американцев, которые склонны принимать решения на основании взвешенного прагматического расчета.

Другим интересным проявлением эмоциональности является категоричность. Излишняя приверженность глаголам “must” и “should” воспринимается англичанами и американцами скорее как грубость и невоспитанность. Для англичан характерно употребление различных глаголов, которые как раз и позволяют смягчить категоричность высказываемого мнения, в том числе несогласия с партнером (may, seems, appears, I think, I guess, etc.) Для армянской же речи характерна высокая степень эмоциональности и модальности, и выражения аналогичные вышеприведенным английским воспринимаются как признак неуверенности или некомпетентности говорящего.

В русской лингвокультуре исследователи обращают внимание на такую особенность русской грамматики, как обилие слов с суффиксами субъективной оценки (уменьшительно-ласкательные суффиксы), объясняя это эмоциональностью и открытостью русских в выражении чувств. С помощью этих суффиксов образуется большое количество уменьшительно-ласкательных слов (бабуля, сыночек, столик, доченька, Танечка, Верочка, книжечка, яблонька). В русскоязычной речи уменьшительно-ласкательные слова используются довольно часто. Это помогает говорящему выразить свою доброту, заботу, любовь и ласку к окружающему миру и людям. Практически от любого слова в русском языке можно образовать уменьшительно-ласкательную форму при помощи нужного суффикса.

Сравнивая культуры России и США в контексте их влияния на речевое поведение Линн Виссон в качестве одного из наиболее существенных отличий отмечает «позитивное» мышление американцев, выражающееся в прямо противоположном отношении американцев и русских к сочувствию и состраданию, выражающееся

в семантике их языков. Для американцев неудачи – нечто краткосрочное и преходящее: *better luck next time* («не повезло сегодня, повезет завтра»), что относится и к работе, и к личной жизни. В Америке неудачник (*loser*) не вызывает такого сочувствия как в России. Русские восклицания типа «Ах ты беденький!», «Бедная моя!», «Бедняжка!», которыми русский человек утешает попавшего в беду, для американца означали бы удар по его самолюбию. Хотя Л. Виссон признает, что распространенное слово «бедняжка» выражает «не просто сочувствие, но и личное сострадание», она считает данное слово труднопереводимым на английский язык (Виссон 2005: 51). Выражение *You poor one* не только ошибочно, но и бессмысленно, потому что «оттенок сострадания может не утешить, зато способен унижить или разозлить американца». В лучшем случае, если уж утешать человека, можно сказать *You poor thing*, но обязательно приободрив его, сказав что-то вроде *I'm sure you'll manage / come through this all right / be fine*. Однако «плакаться в жилетку» в Америке не принято, ибо американцы знают, что «успех порождает успех» – *success breeds success*, – а от нытья нет никакого проку (Там же).

В армянском языке слово «бедняжка» переводится как «խեղճ» и часто употребляется в значении несчастный (*թշվառ*), но имеет также значение жалкий (*ողորմելի*) В этом же смысле употребляется и слово «խեղճուկրակ», не имеющее аналогов ни в английском, ни в русском языках. Хотя У. Сароян и использовал перевод слова «խեղճուկրակ» в названии своего рассказа “The Poor and Burning Arab” (Бедный и опаленный араб) (Saroyan 1968: 193-207), в самом рассказе он пишет, что это слово невозможно перевести на другой язык и что нет ничего более печального в жизни и в мире, чем это слово:

“Poor little ones, he would say. Poor little orphans. Or, literally, Poor and burning orphans.

Poor and burning—it's impossible to translate this one. Nothing, however, is more sorrowful than the poor and burning in life and in the

world”.

Как видим, в рассказе У. Сарояна слово «խեղճուկրակ» (“poor and burning”) прямо связывается с многочисленными армянскими беженцами, которые в результате геноцида армян 1915 – 1923 гг. вынуждены были покинуть свою родину – Западную Армению, найдя приют на чужбине. Поэтому он называет беженцев сиротами (orphans) как бы сравнивая потерю родины с потерей родителей. Наличие сразу нескольких слов, выражающих данное понятие свидетельствует об его важности в языковом сознании армян. Оно не только является отражением тяжелой исторической судьбы армянского народа, подвергшегося геноциду, но и выступает в качестве признака и смыслового компонента концепта «Западная Армения», который в тексте упоминается как “old country” (старая страна; ср. арм. Երկիր), и концепта «геноцида армян», который открыто не упоминается в тексте рассказа, но незримо присутствует в нем.

В связи с этим считаем необходимым отметить, что попытки руководителей современной Турции сделать геноцид армян предметом обсуждения турецкой и армянской общественности в лице историков и других специалистов есть попытка вывести данный концепт из сферы фоновых знаний, принимаемых как нечто само собой разумеющееся, и сделать его объектом металингвистической рефлексии, а следовательно уже не относящемуся к представлениям, принимаемым на веру не только носителями армянского языка, но и представителями тех народов, у которых концепт «геноцид армян» находится в сфере фоновых знаний. Подобный подход не может быть приемлем для армян, ибо это означало бы потерю исторической памяти, национального самосознания и национальной идентичности.

Симптоматично, что Л. Виссон, говоря о большом количестве отрицательных выражений и конструкций, в том числе двойных и более отрицаний, характерных для русского языка, но не свойственных английскому языку, объясняет это историческими

факторами, в частности тяжелым историческим прошлым России, народ которой, в отличие от американцев, на протяжении веков испытал многочисленные страдания и лишения. Это, по мнению автора, нашло выражение не только в лексике, но и в грамматике и стилистике русского языка. В английском языке трудно найти эквиваленты для многочисленных запретов и выражений с частичкой «не», используемых в русском языке. В настоящее время многие из них (невозможно, нельзя, не следует, не рекомендуется, не положено, не надо, не нужно и т.д.) утратили значение категорического запрета и переводить их на английский следует в зависимости от контекста. Например, выражение «не следует» может означать просто совет или увещание: «Вам не следует выходить из дому в такую погоду». В английском языке эквивалентным было бы предложение, содержащее совет “I would not advise you ...”, а не “It’s not recommended”.

В следствие того, что носитель английскиого языка, – пишет Л. Виссон, «мыслящий позитивно», в принципе предпочитает положительные конструкции, а русский – отрицательные, эти последние при дословном переводе звучат по меньшей мере неуклюже: Не исчезай / не пропадай! Неправильно: Do not disappear! Правильно: Stay in touch!; Больше не болейте. Неправильно: Don’t be sick again. Правильно: Stay well. Не падай духом / Не унывай / Не вешай носа. Неправильно: Don’t be in despair / sad. Правильно: Cheer up! / Chin up (разг.)/ Hang it there! (ср. арм.: մի՛ հուսահատվիր, երբեք չհուսահատվես, հնարավոր չէ շտեմել, չհենվել, հարկ չկա и т. д.). Конечно, в английском языке используются и отрицательные конструкции No smoking, No trespassing, но они не составляют большого количества (Там же: 58).

Национально-культурная специфика дискурса ярко проявляется в различных видах коммуникации – вербальной, невербальной, паравербальной. В разных культурах разное значение придается паузам, их продолжительности, свою национальную специфику имеет даже молчание, которое может иметь разное

значение и роль в разных культурах. Известны, например, такие пословицы как “Молчание знак согласия”, “Слово – серебро, молчание – золото” (ср. англ.: Silence means consent; Speech is silver, but silence is golden; арм.: խոսելը՝ արծաթ է, լռութիւնը՝ ոսկի). В английском языке имеется большое количество пословиц, в которых дается высокая оценка молчанию, что в определенной мере подтверждает мнение об англичанах как о сдержанных и необщительных людях: “Silence is golden”, “A bleating sheep loses a bite”, “Who knows most, speaks least”, “Least said, soonest mended”, “A shut mouse catches no flies”, “Silence is a woman’s best garment”, “A still tongue makes a wise head” (Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 371)

Однако, в зависимости от ситуации, роль молчания может меняться, на что указывают следующая армянская пословица: Ժամանակ կա լռելը ոսկի է, խոսելը՝ արծաթ, Ժամանակ կա խոսելը ոսկի է, լռելը՝ արծաթ (Бывает, что молчание – золото, а слово – серебро; бывает и слово – золото, а молчание – серебро) (Армянские пословицы и поговорки 1973: 85). Симптоматично, что ни в английском, ни в русском языке эквивалент данной пословицы не обнаружен. Во всяком случае армянские пословицы призывают к лаконичности и краткости речи «Թոկի երկարն ա լավը, խոսքի՝ կարճը» (Армянские пословицы и поговорки 1973: 84), что, судя по существованию данной пословицы, не всегда соблюдается.

Следует отметить, что пословицы при их использовании в речи в разных коммуникативных ситуациях могут выражать разные смыслы. Кроме того, пословицы могут использоваться не только для обоснования или оценки того или иного поведения или явления, но и для их описания. И в этом случае это уже выбор индивида следовать ей или нет. Например, армянская пословица «Որտեղ հաց, էտտեղ կաց» (Դանալանյան 1960: 252), так же как и ее русские смысловые эквиваленты «Где щи да каша, там и место наше», «Где щи, тут и нас ищи» (Русские пословицы и поговорки 1988: 61) являются прямым отражением ценности безопасности, не

столь актуальной для англоязычной лингвокультуры (отсюда и отсутствие смыслового эквивалента данной поговорки в английском языке). Однако, как показывает опыт переходного периода конца 80-х – начала 90-х годов, хотя многие армяне из-за экономических и социальных невзгод вынуждены были покинуть родину, большинство населения оказалось готовым терпеть социально-экономические лишения ради иных более высоких целей. Сиптоматичны в этой связи и наблюдения Т.С. Самохиной касательно представителей российско-го делового мира 90-х – начала 2000-х гг., некоторые из которых, причем весьма обеспеченных, испытывали ностальгические чувства по прошедшим временам. Как считает Т.С. Самохина, это «лишний раз свидетельствует о том, что загадочная русская душа не всегда поклоняется золотому тельцу и разделяет убеждение в том, что «где хлеб, там и дом». Извечная ностальгия о прошлом – «что пройдет, то будет мило» (ср. арм. «Գնա մեղի, արի սիրեմ» – С.А.) – является нашей характерной чертой, проявляющейся во всех областях» (Самохина 2005: 41).

Одной из функций культуры в целом и ее отдельных блоков является психозащитная функция, которая нередко называется этнозащитным механизмом (Налчаджян 2001: 47), сохраняющим этнос, его самобытность. Особенно важную защитную функцию выполняет словесная, речевая культура этноса, которая не только выражает культуру через язык, но и создает ее с помощью языка. Язык позволяет существовать определенным защитным функциям с помощью ряда защитных механизмов, имеющих речевой характер, например рационализации или атрибуции. Кроме того, приемы

Рассматривая речевую коммуникацию, в том числе использование поговорок с психолингвистической точки зрения следует отметить, что для нее характерно использование механизма психологической защиты, понимаемого в смысле специальной регулятивной системы стабилизации и самооправдания личности, направленной на устранение или сведение до минимума чувства тревоги, связанного с осознанием конфликта. Функцией

психологической защиты является ограждение сферы сознания от негативных, травмирующих личных переживаний. Психологическая защита ведет к специфическому изменению содержания сознания как результата функционирования ряда защитных механизмов, в том числе идентификации (бессознательное отождествление себя с другим человеком, перенос на себя желаемых чувств и качеств). В отличие от проекции процесс направлен в другую сторону, не от себя, а к себе: «Я корова, я и бык, я и баба, и мужик» (Мокиенко, Никитина 2007: 316). Проекция представляет собой бессознательный перенос неприемлемых собственных чувств, желаний и стремлений на других с целью перекалывания ответственности за то, что происходит внутри «Я», на окружающий мир, т.е. проецирование своего на другого, ошибочное восприятие своих внутренних процессов как происходящих извне. Она включает подавление: «тише едешь – дальше будешь» (Русские пословицы и поговорки 1988: 300), отрицание: «нет худа без добра и добра без худа» (Русские пословицы и поговорки 1988: 234), регрессию: «Баба с возу – кобыле легче»; «С глаз долой – из сердца вон» (Русские пословицы и поговорки 1988: 15, 275), изоляцию: «моя хата с краю» (Мокиенко, Никитина 2007: 707), «я не я, и лошадь не моя» (Русские пословицы и поговорки 1988: 335), рационализацию, примером которой может быть имеющаяся у многих народов пословица о лисице и винограде на основе басни Эзопа, выражающая мнимое презрение к тому, чего нет возможности достигнуть: арм.: «Աղվեսի դունչը խաղողին չհասավ փսփփելու» (Արևելքի ժողովուրդների առածներ և փոխառություններ 1969: 115); англ. “sour grapes” (Hirsch: 2002: 33), рус. «Зелен виноград» (Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 87), т.е. объяснение самому себе своего поведения таким образом, чтобы оно казалось обоснованным (Ср.: «Хощь, не хощь, а выпить надо» - Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 967; выражение «լավ եմ արել», «շատ էլ լավ եմ արել», «Լավ եմ արել հարվածել եմ», «Хорошо и сделал, что ударил», атрибуции (приписывание



характеристик себе или другому человеку, напр. «Ты сделал это нарошно») и др.

В английском языке примером действия механизма идентификации являются такие пословицы как: The apple never falls far from the tree, Like father, like son; Like parents, like children; Like mother, like daughter; The tree is known by its fruit, As the tree, so the fruit; Like people, like priest (The Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 107, 120, 209, 249, 314). Русскими и армянскими соответствиями являются такие пословицы как: Яблоко от яблони далеко не падает, Каков поп, таков и приход, Каков хозяин, таков и слуга, Каков хозяин, такова и собака, Какова мать, такова и дочь, Каково дерево, таков и плод, Каков привет, таков ответ; Каков хан, такова и орда; Каков корень, таков и отпрыск; Каков царь, таков и народ, и др. (Русские пословицы и поговорки 1988: 129, 130; Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 435. 972); «Երեխան ընտանիքի հայելին է», «Խնձորը (պտուղը) ծառից հեռու չի ընկնի»; «Ինչպիսին ծառն է, այնպիսին էլ պտուղն է»; «Ինչ տերտերը, ինչ նրա ծուխը»; «Մայրը տես՝ աղջիկն առ» (Ղանալանյան 1960: 262; Армянские пословицы и поговорки 1973: 140).

Следует отметить, что некоторые из описанных механизмов, в частности, механизмы проекции и атрибуции в качестве манипуляционных приемов активно используются в политическом дискурсе с целью фреймирования и переключения внимания аудитории с одного вопроса на другой.

Выбор в качестве одного из предметов исследования пословиц и поговорок, так же как и устойчивых сравнений и крылатых фраз обусловлен не только тем, что они являются квинтэссенцией народной мудрости, выражением «народной правды», но и тем, что они содержат формулы коммуникативного поведения.

Регламентируя нормы общения армянские пословицы учат, что отвечать на добро добром является обычной нормой общения между людьми, гораздо более сложно отвечать добром на зло, и это

уже удел мудрого и мужественного человека: «Լավութենին լավություն՝ ամեն մարդու բանն ա, վատութենին՝ լավություն՝ մարդ մարդու բանն ա» (Ղանալանյան 1960: 5; Армянские пословицы и поговорки 1973: 96). Однако в реальной жизни даже норма отвечать добром на добро не всегда соблюдается. Но это, конечно, не значит, что следует отказываться от добрых дел в отношении других, что подчеркивается в таких пословицах как “A good deed is never lost”; «Доброе век не забудется», «Доброе дело без награды не останется», «За добро добром и платят»; «Լավություն արա, ջուրը գցիր», «Լավությունը ջուրն էլ գցես, չի կորչի», «Ըստ ջան, լստ ջան» (Նազարյան 1999: 101; Армянские пословицы и поговорки 1973: 81). В то же время в армянском языке имеются такие пословицы как «Լավություն անողի գլուխը ծակ է», «Օձը տաքացնողին է կծում» (Արևելքի ժողովուրդների առածներ և ասացվածքներ 1969: 59), наличие которых в армянском языке можно объяснить повышенными ожиданиями армян быть оцененными за свои добрые и хорошие дела. В английском и русском языках нет образных соответствий указанных пословиц, но смысловые эквиваленты имеются: No good deed goes unpunished<sup>34</sup> (The Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 131), «Добро скоро забывается» (ср. варианты: Eaten bread is soon forgotten; Acts of kindness are soon forgotten, but the memory of an offence remains; Лихо помнится, а добро забывается; Худое долго помнится, а хорошее скоро забудется; Лихое долго помнится, а хорошее скоро забудется) (URL: [proverbs\\_ru\\_en.academic.ru/2138](http://proverbs_ru_en.academic.ru/2138); Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 487). И тем не менее, указанные армянские пословицы по своей образности и по своей эмоциональной нагруженности намного превосходят свои английские и русские эквиваленты, а с точки зрения семантики предполагают даже определенную жертвенность со стороны того, кто делает доброе дело и налагает определенные обязательства на того, кому это добро делается. Это находит выражение в таких семантически

нагруженных фразеологических оборотах как «Լավութեան տակ չմնալ», «Լավութեան տակից դուրս գալ», «Լավութեան անողի գլուխը ծակ է», «Օձը տաքացնողին է կծումն (Արևելքի ժողովուրդների առածներ և ասացվածքներ 1969: 59), соответствующим нейтральным английскими выражениями “to show one’s gratitude”, “to return somebody’s kindness” и русскому «отблагодарить», и в выражении «Լավութեանը երեսովը տալ» (т.е. укорять за сделанное добро), не имеющего эквивалентов ни в английском ни в русском языках.

Механизмы рационализации и проекции, которые наблюдаются в вышеуказанных пословицах, характерны так же и для армянских пословиц относительно богатства и денег. В них, с одной стороны, признается сила и власть денег: «Լավ և մեղնես, քանց աղքատանաս» (Армянские пословицы и поговорки 1973: 93); «Փող ունեցար, աղա ես, փող չունեցար (գյուղա) ծառա ես» (Армянские пословицы и поговорки 1973: 208), «Չունես փող, մտի հող» (Ղանալանյան 1960: 247), «Շունը քաշա, փող աշխատա», «Ով որ փող ունե, խոսկը նրանն է» (Ղանալանյան 1960: 248), а с другой – деньги противопоставляются уму и совести: «Լավ և մարդուն փող չինի, քան թա սերտ» (Армянские пословицы и поговорки 1973: 93), «Ով փող ունի, խելք չունի, ով խելք ունի, փող չունի» (Ղանալանյան 1960: 248; Армянские пословицы и поговорки 1973: 169). Такое противоречие можно в какой то мере объяснить действием механизма «неспелого винограда», но неоднозначное отношение к богатству и деньгам наблюдается и у других народов, в данном случае у англичан и русских. Так, англичане, которых Наполеон называл нацией лавочников (nation of shopkeepers), интересующихся только деньгами, имеют пословицы с далеко неоднозначной оценкой деньгам. С одной стороны, в английских пословицах дается положительная оценка торговле и деньгам: Keep your shop and your shop will keep you; A golden key can

open any door; Never marry for money, but marry where money is; Money has no smell; Money is power; Money makes a man; Money makes the mare to go; Money talks; Take care of the pence and the pounds will take care of themselves. С другой стороны, английские пословицы предостерегают от преувеличенной оценки значения денег: Money can't buy happiness, Money isn't everything и даже утверждают, что в деньгах корень всех зол – Money is the root of all evil (The Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 205-207). Возможно такое двоякое отношение к деньгам есть дань христианской традиции, нашедшей отражение в английской пословице You cannot serve God and Mammon (The Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 126), являющейся цитатой из Евангелия (Matthew vi, 24: "Ye cannot serve God and mammon"). В этом противопоставлении, говорящем о невозможности совместить несовместимое, маммона означает богатство как источник зла.

В русском языке осуждается нечестно нажитое богатство: «Лучше жить бедняком, чем разбогатеть со грехом» (Даль 1957: 304), но в то же время утверждается, что «Бедность всего хуже» (Даль 1955. Т.1: 152) и что «Деньги отпирают все двери» (Аникин 1957:143).

Помимо пословиц защитная функция речи может проявляться в других формах речевой деятельности, в том числе отражающих поверья и суеверья того или иного этноса. Например, в Оксфордском словаре предрассудков (Oxford Dictionary of Superstitions) И.Опи и М.Татем зарегистрированы случаи, особенно распространенные среди моряков, рыбаков, участников скачек и даже актеров, когда собеседники либо избегают выражения с пожеланиями удачи, либо на словах желают прямо противоположное, чтобы не «спугнуть» удачу. Вот некоторые примеры, заимствованные из вышеуказанного источника: "To wish a man luck when on his way to a race-meeting is considered unlucky. Instead of saying 'Good luck!' you should say something insulting, such as, 'May you break your leg!'; "The Portessie fisherman would go so far as to beat anyone who should wish him good luck (a sure sign that he will

not catch fish!), and to draw blood so as to turn the ill luck.”; Regarded as unlucky should anyone wish an actor 'good luck' on the first night or before a performance”. Racing-driver, 34 [Sudbury, Suffolk]: You must never say 'Good Luck' before a race. Say 'Break a leg' instead”; Actress, 25, going for audition: Don't say that [good luck]! Say 'Break a leg', or 'Snap a wrist!' (Opie, Tatem 2005: 233).

Очень часто в подобных случаях вербальная коммуникация сопровождается невербальной, например, постукиванием по дереву (touching wood), чтобы умиловить судьбу и не накликать беду<sup>35</sup>. Само английское выражение “touch wood” означает прикоснуться (touch) к дереву, а не постучать, как в русском языке. В армянском языке не говорят «стучать по дереву», а употребляют выражение «постучать по столу» (սեղանին թղթագնել) в том же смысле, что и английское “touch wood”. Восклицание “touch wood!” соответствует в русском и армянском языках выражению «не сглазьте!», «աչքով չստար».

В русском языке имеется выражение «Ни пуха ни пера» как пожелание удачи человеку, идущему на трудное дело и которое первоначально использовалось среди охотников с целью обмануть злые силы и чтобы охота была удачной. В армянском языке в русле той же логики можно встретить выражения, смысл которых противоположен значению употребляемых слов. Например, выражение «Տունդ քանդվի» (Чтобы дом твой разрушился) помимо проклятия (անեծք), упрека (նախատիրք-հանդիմանություն), недовольства (դժգոհություն) и обращения к собеседнику используется также для выражения восхищения («Տունը քանդվի, երկիր մի ըսե, աշխարք ըսա, ոչ ծերը կա, ոչ գլուխը») (Բեդիրյան 2011: 1274). При этом, отрицательные и утвердительные формы имеют одно и тоже значение, как, например, в случае выражения восхищения: «Տո՛ւնդ չքանդվի, ա՛յ քեզ տնտես» (Դեմիրճյան Դ. Հանգստի տանը), упрека: Վա՛յ քու տունը քանդվի, պառա՛վ, / Բա չե՞ս լսել՝ ինչ է եղել, / Մուկիկի պես մարդը մեռավ

(Թումանյան Հ. Մուկիկի մահը); – Ախր՛ր ինչեր եք հնարում, ձեր տունը չքանդվի, простого обращения к собеседнику: Ավազը թե՛ այ տղա, էդ ի՞նչ խաբար է: Ասի՛ էլ խաբարը ո՞րն է, քո տունը քանդվի, էսենց բան եկավ գլուխս (Թումանյան Հ. Արջավորս); – Դերվի՛շ, դերվի՛շ, քո տունը չքանդվի, արի է՛. երեկվա խոսքդ էլ կատարվեց (Թումանյան Հ. Քեֆ անողին քեֆ չի պակսիլ) и т.д. То же наблюдаем и в случае с фразеологизмом «Մեռնե՛ս (սատկե՛ս) դու» («Чтоб ты умер /сдох»), который помимо выражения упрека («Մեռնե՛ս (սատկե՛ս) դու, այդ ինչե՞ր ես արել»), употребляется как выражение восхищения и похвалы («Մեռնե՛ք (սատկե՛ք) դուք, այդ ինչ շնորքով գործ եք արել») (Բեդիրյան 2011: 942).

По паремиологическому фонду можно проследить отношение к закону и законности в разных лингвокультурах. Английская пословица “No one should be judge in his own cause” (Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 163) подчеркивает равенство всех перед законом. В тоже время английская пословица “One law for the rich and another for the poor” (Ibid.: 172) говорит о противоречии между законом и справедливостью. Ту же мысль выражает армянская пословица «Օրենքն հարստի համար և գրաճ, պատիժն՝ աղքատի» (Ղանալանյան 1960: 255) и ее такие русские эквиваленты как «Закон – что дышло, куда повернул, туда и вышло», «Богатому идти в суд – трын-трава, а бедному – долой голова» (Նազարյան 1999: 203). О существовании социальной несправедливости говорят армянские пословицы «Տերավորին տերն և տարե, անտերին՝ գելը» (Ղանալանյան 1960: 212), «Տերովին տերն է պահել, անտերին գելն է կերել» (Արևելքի ժողովուրդների առաձներ և ասացվացքներ 1969: 58), не имеющие предметно-образных соответствий ни в английском ни в русском языках.

Наряду с законностью, важное значение для национального самосознания имеет концепт власть. Как отмечает Е.И. Шейгал,

образы власти, существующие в массовом сознании, в определенной степени зависят от уходящих в глубину веков представлений о власти, зафиксированных в поговорках и произведениях традиционного фольклора, анализ которых позволяет понять, как формируется образная основа политического мышления народных масс (Шейгал 2000: 104). Говоря о причинах того, что в эпоху тоталитарного советского дискурса главные вожди – Ленин и Сталин – отождествлялись в массовом сознании с ролями «отца» и «учителя», некоторые исследователи полагают, что успешная работа пропаганды в этом направлении обусловлена наличием «хорошо сдобренной психологической почвы абсолютизма, основанной в значительной мере на «природном чувстве батюшки царя» (Там же).

В паремиологическом фонде русского языка царь является воплощением высшей государственной власти (Даль 1997): царская власть признается естественной и необходимой (Народ – тело, царь – голова; Нельзя земле без царя стоять; Без царя – земля вдова), царь уравнивается с богом в монополии на знание истины (Ведает бог, да государь), подчеркиваются его недостижимость и дистанцированность от народа (До царя далеко, до бога высоко), неоспоримость его решений (Не судима воля царская), экстраординарные способности и возможности (У царя руки долги; Царский глаз далече сизает). Эмоционально авторитет царской власти держится на страхе, угрозе насилия (Грозно, страшно, а без царя нельзя; Царь не огонь, а ходя близ него, опалишься) и в то же время на вере в царскую милость и снисхождение (Бог милостив, а царь жалостив) (Шейгал 2000: 104).

Поговорки также фиксируют значимость лояльности как критерия оценки подчиненных (Верный слуга царю всего дороже) и широко распространенное мнение о том, что сам царь хороший, а все беды – от его приближенных, которые скрывают от него правду и действуют в своих корыстных интересах (Не от царей угнетение, а от любимцев царских). Психологическое признание абсолютной власти соотносится с неверием в силу закона, с признанием верховенства должностного лица над буквой закона (Законы святы,

да законники супостат; Не бойся закона, бойся судьи; Что мне законы, коли судьи знакомы) (Там же: 104-105).

Как видим, в русском языковом сознании концепт царь сохранил скорее положительные, чем отрицательные характеристики. Среди большого количества пословиц с концептом царь в русском языке пословицы с положительной оценкой роли царя преобладают над негативными. К пословицам с положительной оценкой можно отнести такие пословицы как: Где царь, тут и правда; Жалует царь, да не жалует псарь; Кто сам к себе в начале строг, того хранит и царь, и Бог; Лучше грозный царь, чем семибоярщина, Не ведает царь, что делает псарь; Не царь гнетет народ, а временщик; Царь – второй Бог; Царь гладит, а бояре скребут; Царь города бережет; Царь добр, да слуги злы; Царь жалует, а (да) псарь не жалует; Царь земной под царем небесным ходит; Царь милостив, да милости его проходят сквозь боярское решето, Царь от Бога пристав; Царь от Бога приставлен; Царь подобен есть мореходцу, кормилом корабля управляющему; Царь помилует, царь и пожалует; Царь правду любит; Царю служить – о домах (домех) не тужить; Без царя земля – вдова; Без царя народ – сирота; Грозно, страшно, а без царя нельзя; Русский народ – царелюбивый, и др. (Даль 1957: 243 – 245, 327; Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 972-973)

В русском сознании тесно переплетены концепты Бог и царь. У В.И. Даля находим следующие пословицы, в которых сопоставляются концепты Бог и Царь: Бог на небе, царь на земле; Один бог, один государь; Виноватого Бог простит (помилует), а правого царь пожалует; Ведает бог да государь. Бог знает да царь; Все во власти божией да государевой; Кто Богу не грешен, царю не виноват!; Кого милует Бог, того жалует и царь; Милует Бог, а жалует царь; Коли царь Бога знает, Бог и царя, и народ знает, Бог милостив, а царь жалостив; До царя далеко, до Бога высоко, Без бога свет не стоит – без царя земля не правится; Что Бог, то Бог, а свята и воля Царская; Русский бог велик. Русским богом, да русским царем святорусская земля стоит (Даль 1957: 243 – 245, 327).



Ключевыми для понимания русского менталитета являются такие пословицы как Царь – второй Бог; Царь земной под царем небесным ходит; Царь от Бога пристав; Царь от Бога приставлен; Одному Богу государь ответ держит; ср. Никому не подвластен, кроме Христа, сына божия (Иоанн Грозный) (Даль 1957: 243. 244; Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 972-973). В них в соответствии с христианской традицией царь представлен в качестве помазанника Божьего на земле, соединяющего в себе как светскую, так и духовную власть<sup>36</sup>.

Отношение русского народа к царю выражено в словосочетании «царь-батюшка», «государь-батюшка», которые сами по себе подчеркивают роль царя в качестве защитника и покровителя народа (по аналогии с ролью отца в семье): Государь-батюшка, надежа-православный царь (или: белый царь); Государь – батюшка, земля – матка (Даль 1957: 243. 244). В русском языке пословиц с отрицательной оценкой концепта «царь» не так уж и много (Близ царя – близ смерти. Близ царя – близ чести; Где царь, тут и правда (и страх, и гроза) (Даль 1957: 243) и в большей части они появились в советский период, когда стремлении к идеологизации приводило к созданию искусственных советских эталонов мудрости: При царе жили – слезы лили, а при Советах живем счастье куем; Царь Ленина в тюрьме гноил, а дух его не сломил; Подальше от царей – голова будет целей; Царь любил карать, чиновники – взятки брать, а господа – шкуру драть; Где царь тут (там) и страх (и гроза) (Ср. у В.И.Даля: Где царь, тут и правда (и страх, и гроза) (Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 972-973; Мокиенко, Никитина, 2007: 3)

Специфически русским является выражение «С царем в голове», используемое при характеристике человека, который очень умен, смышлен, сообразителен, а так же выражение «Без царя в голове», используемое, когда речь идет о взбалмошном, глупом, неосмотрительном человеке, не умеющем управлять собой (Мокиенко, Никитина 2007: 725). Важное место, которое занимает в русском языковом сознании концепт царь является, на наш взгляд,

проявлением сильных начал государственного мышления у русских.

Помимо первого исторического значения слово царь, которое, согласно Толковому словарю В.И.Даля, означает государь, монарх, верховный правитель земли, народа или государства, имеет также и второе значение, при котором царь значит «сильный, могучий, старший, властвующий, славнейший, отличнейший среди своих». В качестве иллюстрации этого значения В.И.Даль приводит предложение «все ученые ставили Гумбольда царем, за царя (науки)» (Даль 1955). Во втором своем значении слово царь употребляется в таких выражениях как Царь-колокол, Царь-пушка, Царь-град, царь зверей (лев), царь птиц (орел) и т.д.

В армянской лингвокультуре концепт «царь» («թագավոր») имеет важное значение с исторической точки зрения, как в плане самоидентификации армянского народа, так и в плане становления и развития армянской государственности. В армянском языке имеется ряд идиом с концептом «царь» («թագավոր»), в которых выражается величие царской власти, например; թագավորի կյանք քաջել (փառավոր ապրել), թագավորին վայել (փառավոր, արքայավապել), մտքով թաքավորություն անցնել (բարձր բաներ ակնկալել, ծրագրել) и др. Связь концепта «царь» с концептом «бог» мы находим в таких пословицах как: «Վերն աստված, վարը թագավորը», «Թագավորը հիռու է, աստուծ բանցրե» (Ղանալանյան 1960: 174,254,300,311). Некоторые армянские пословицы с концептом «царь» («թագավոր») не имеют предметно-образных соответствий в английском и русском языках, а лишь смысловые соответствия, например: «Թագավորի քստեն (թաս) էլ ճանճ կրնկնի» (ср.англ.: A horse stumbles that has four legs; рус.: Конь на четырех ногах, да спотыкается, а на двух и споткнуться не диво; И на старуху бывает проруха), «Պեյլիկին (թագավորական) թաստն ջուր մի խմեր» (Не ешь с барами вишен – костями глаза выбьют; Не ешь с барином вишен – косточками

закидает; Знай сверчок свой шесток!). Порой смысловые соответствия бывают весьма далекими от оригинала: «Ես չըսի թափափոր չես դառնա, մարդ չես դառնա» (Всякий родится, да не всякий в люди годится (Ղանափանյան 1960: 174,254,300,311; Армянские пословицы и поговорки 1974: 228,282, 673; Русские пословицы и поговорки 1988: 140, 215; Даль 1957: 861; Даль 1955. Т. 3: 506; Кунин 1967: 482). Но тем не менее в армянских пословицах отсутствует оценка царя как института власти и его значения для страны и народа, что со всей очевидностью прослеживается в русских пословицах.

Положительное отношение англичан к монарху и монархии проявляется в таких английских пословицах как: The King (Queen) can do no wrong; A King's chaff is worth more than other men's corn; Punctuality is the politeness of kings (ср. рус.: Точность – вежливость королей)<sup>37</sup>, однако, по количеству они намного уступают соответствующим пословицам на русском языке. В английском языке имеются также пословицы с отрицательными признаками концепта “king”, но их количество небольшое: Kings go mad, and the people suffer for it; Kings have long arms (hands); Nearest the king, nearest the widdie (The Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 166-167; Flavell 2008: 204-205; Wilkinson 2008: 198; Кунин 1967: 516).

Несмотря на разные исторические судьбы монархии в Англии, России и Армении (Англия является страной с сохранившейся монархией, в России монархия была свергнута в 1917 г., Армения потеряла своего последнего монарха в 15 веке), в пословицах и идиомах с концептом царь в исследуемых языках сохранились как семантические, так и образные соответствия. Например, английская пословица “In blind kingdom the one-eyed man is king” имеет семантико-образные соответствия как в русском языке, так и в армянском: В слепом царстве кривой – король; Կուրերի մեջ միաչքանին թափափոր է: В русском языке имеется полный эквивалент английской пословицы “Cat may look at a king” (Кошка тоже может смотреть на короля), в армянском же языке

имеется лишь смысловой эквивалент: Աստված մարդուն աչքեր է տվել, որ նայի (ср.рус.: Смотреть ни на кого не возбраняется).

Английское выражение “More royalist than the king”, имеющее французскую этимологию (Кунин 1967: 516), обнаруживает свои прямые семантико-образные эквиваленты как в русском языке («Быть большим роялистом, чем сам король»), так и в армянском (թագավորից ավելի թագավորական, ավելի թագավոր քան թագավորն, արքայից ավելի արքայապաշտ) (Բեդիրյան 2011: 485). Это выражение, осуждающее излишнее рвение, тождественно другим, не менее известным выражениям – «Быть большим католиком, чем Папа римский»; «Быть святее Папы римского» (ср. англ. “More holy than the Pope”; арм.: «Հոռմի պապից (ավելի) կաթոլիկ», «Հոռմի պապից սուրբ») (Բեդիրյան 2011: 802)<sup>38</sup>.

Таким образом, хотя в целом с концептом царь в сознание англичан, армян и русских связаны скорее положительные, чем отрицательные характеристики, представления и ассоциации, например: англ.: king size = larger than normal, very large (OCD); рус.: царский – переносное значение: роскошный, богатый, например, царский ужин, царский подарок (ТСРЯ); арм.: թագավորական կյանք = փառավոր ապրուստ (Բադիրյան 2011: 485), Արքայութունը իշի տեղ չէ (Ղանալանյան 1960: 85), степень положительной оценки в разных лингвокультурах – различна, как и различен удельный вес концепта царь в пословичном фонде исследуемых языков.

Интерес представляет то, как представители исследуемых лингвокультур характеризуют себя с точки зрения своей национально- культурной специфики, в том числе посредством сравнения с другими народами. Примечательно, что некоторые из этих характеристик совпадают в исследуемых лингвокультурах.

Понятно, что такое чувство как гордость за свой народ является вполне естественным, однако оно порой может переходить

и в хвастовство, особенно когда свой народ сравнивают с другим. Так, в английской пословице “One Englishman can beat three Frenchman” восхваляется сила и храбрость англичан по сравнению с французами (The Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 91). В армянском языке есть схожая пословица касательно армян и турок: «Մեկ Խաշիկ, հրգար տաճիկ» (Ղանալանյան 1960: 321), но в то же время другая армянская пословица отмечает притеснение армян турками: «Նանան մանի, թուրքը տանի» (Ղանալանյան 1960:105). Фразеологизм «թուրքի քսակ» – չար ու ժլատ մարդ (Բեդիրյան 2011: 517), употребляется по отношению к злому и скупому человеку

В русском языке имеется большое количество пословиц, восхваляющих русскую силу и боевой дух: «Русские прусских бивали, русские в Берлине бивали», «Как русский за штык берется, так враг трясется», «Русский (Руской) не ворона, к турку в рот он не влетит», «Русский немцу задал перцу»; «Русский француза повалил под пузо»; «Что русскому здорово, то немцу смерть», «Русский молодец – сте бусурманам конец» (Даль 1957: 271, 328; Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 775), «Лучше умереть в поле – чем в бабьем подоле» (Русские пословицы и поговорки 1988: 168). В русских пословицах отмечается, что русские не боятся смерти: «Смерти бояться – на свете не жить» (Русские пословицы и поговорки 1998: 288), и почитают за честь пожертвовать собой во благо народа: «На миру и смерть красна» (Там же: 194).

В армянских пословицах подчеркивается трудолюбие армян – Հայը մինչև չբեզարի, չի նստի, сила армян, когда они сплачиваются в борьбе с врагом: Հայի «սպեք – սպեքին» ուստ չես եկել (Ղանալանյան 1960: 255), дух товарищества и солидарности перед лицом смертельной опасности – Ընկերովի մահը հարսանիք է (ср. рус.: «На миру и смерть красна») (Արևելքի ժողովուրդների առաձներ և ասացվածքներ 1969: 53), их сводоболюбие Լավ ա կաղնած մեռնել քան թա չոքած ապրել

(Армянские пословицы и поговорки 1973: 95) (ср. рус.: «Лучше умереть, чем рабство (неправду) терпеть» – Русские пословицы и поговорки 1988: 168).

Характерной чертой англичан является их честолюбие и обязательность: *An Englishman's word is his bond* (The Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 92), а также соблюдение принципа неприкосновенности частной жизни (*privacy*): *An Englishman's house is his castle* (The Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 92). Русские пословицы выделяют следующие характерные черты русских: Русские медленно запрягают, но потом быстро скачут; Русский в поле не сробеет (робеет); Русский в словах горд, в делах тверд; Русский до конца стоек; Русский задора ждет; Русский с мечем не шутит; Русский с горя поет и с радости; Русский с горя и с радости пьет; Русский терпелив до зачина; Русский человек без родни не живет; Русский человек добро помнит; Русский человек задним умом крепок, Русский назад умен (ср. арм. Հայի վերջին խելքն ա գովելի; Հայի վերջին խելքին խելք չի հասնի) (Ղանալանյան 1960: 255).; Русский человек хлеб – соль водит (ср. арм.: Աղ ու հացը քարն էլ կու իմանա (Ղանալանյան 1960: 279); Русский себе на уме; Русский словам (глазам) не верит; Русский сметлив; Русский умрет, а живой в руки не дастся; У русского железная грудь и каменные кулаки; Русский человек и гуллив и хвастлив (Даль 1957:328; Русские пословицы и поговорки 1988: 274; Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 775).

Английская пословица “*Scratch a Russian and you find a Tartar*”<sup>39</sup> сравнивает русского с татариним (The Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 269), а метафорическое выражение “*To catch a Tartar*” (Wilkinson 2008: 163) (т.е. столкнуться с более сильным противником, встретить решительный отпор) встречу с татариним трактует в качестве неблагоприятного стечения обстоятельств<sup>40</sup>. В свою очередь для русского менталитета слово татарин равнозначно понятию недруг: «Не вовремя гость хуже (пуще) недруга (татарина)» (Даль 1957: 636; также: Не вовремя (Не в пору) гость

хуже татарина», «Незванный гость хуже татарина» (Даль 1957: 787; Даль 1955. Т.1: 386)

О противоположности исторических интересов русских и турок говорит пословица «Царь турской – противник русской» (Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 973). О превосходстве силы русского оружия над турецким говорит пословица: Турки падают, как чурки; а наши, слава богу, стоят безголо́вы (Даль 1957: 259).

Следующие русские пословицы отмечают в качестве характерной черты русских их традиционную упование на судьбу, на русский «авось»: «Русак на авось и взрос», «Русак на трех сваях крепок: авось, небось да как-нибудь», «Русский крепок на трех сваях: авось, небось да как-нибудь», «Русский на авось и возрос» (Даль Т.1 1955: 3; Даль 1957: 257; Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 775). Русская поговорка «Куда святая выведет» означает жить беспечно, не задумываясь о будущем (Мокиенко, Никитина 2007: 601)<sup>41</sup>.

Если раньше при исследовании вопросов межкультурного общения в основном упор делался на выявление коммуникативных неудач, что объяснялось разницей в ценностях, представлениях и нормах поведения, то теперь все большее внимание начинает уделяться тому, как коммуникантам удастся обеспечить межкультурное понимание (House 2016: 5-6). Одним из примеров этого могут служить переводы, главным критерием успешности которых является их функциональная эквивалентность, достижение чего невозможно без межкультурного понимания. Поскольку первостепенной задачей превода является сохранение в новом социально-культурном контексте необходимого коммуникативного эффекта, то с этой точки зрения перевод, безусловно, может рассматриваться в качестве важного средства межкультурного общения (House 2016).

Для повышения эффективности межкультурной коммуникации необходимо обследование и вычленение прежде всего таких единиц, которые выполняли бы функцию индикатора национальной специфики изучаемого языка, отражали его дух.

Вычленение несвойственных родному языку и родной культуре концептов, понятий, единиц, реакций, норм и правил поведения, умение понять причины и объяснить то или иное явление с точки зрения другой культуры, необходимо для понимания когнитивной и языковой картин мира, национального менталитета и мировосприятия иной лингвокультурной общности, овладения характерными для нее правилами общения и их использования в ходе межкультурной коммуникации. Существенным компонентом владения национально обусловленной спецификой использования языковых средств является знание коннотаций слова, которые очень часто бывают обусловлены национально. С методической точки зрения большую помощь могут оказать материалы, показывающие именно специфику иной лингвокультурной общности, характерные для нее концепты, реалии и фоновые знания, в том числе традиционные образы, невербальные компоненты коммуникации, национальную систему метафор, сравнений, эпитетов, пословиц и поговорок, отличных от своей культуры. Их учет в ходе коммуникации, в том числе политической, будет способствовать повышению ее эффективности, налаживанию межкультурного диалога, преодолению межнациональных трений и конфликтов.

### **Выводы по главе 1**

До последнего времени лингвистическая теория речевой коммуникации характеризовалась наличием застойных явлений, связанных с доминирующим положением концепций механистической ориентации, лишенных антропологического содержания. Настоящая работа является одной из попыток, предпринимаемых в указанной области знания, преодолеть указанные явления, рассмотреть речевую деятельность в триединой связи человека, языка и культуры.

В любом речевом акте проявляются, взаимодействуя друг с другом, по крайней мере три уровня организации языковой личности – вербально-семантический, лингвокогнитивный



(тезаурусный) и мотивационный (прагматический). Однако аспекты изучения языковой личности находятся не в иерархических отношениях, а в отношениях взаимодополнительности. Следовательно, с позиций аксиологии можно рассматривать познавательный и поведенческий планы языковой личности, с позиций концептологии – ценностный и коммуникативный аспекты и, соответственно, с позиций речевого взаимодействия – ценности и языковую картину мира. При этом все названные аспекты соотносятся с языковыми способами их выражения.

Языковое сознание опредмечивается в речевой деятельности, которая подразумевает как процессы говорения (письма), так и понимания. Главной причиной непонимания при межкультурном общении является не различие языков, а различие национальных сознаний коммуникантов. Носители разных языков «будут понимать друг друга в той мере, в какой образы их сознаний пересекаются (обладают общностью), несовпадение этих образов и будет служить причиной неизбежного непонимания при межкультурном общении». Главным препятствием в идентичном понимании одного и того же коммуникативного акта носителями разных национальных культур являются так называемые системные, знаковые свойства культурных предметов. Они же являются основной проблемой теории межкультурного общения. Слабость теории межкультурного общения обусловлена недостаточной разработанностью проблем знаковых свойств культурных предметов, путей формирования общности сознаний у носителей разных национальных культур.

Разные подходы и концепции к описанию речи объясняются несомненной сложностью анализируемого феномена, а также самой природой его теоретического познания исследователями различных школ и направлений. Ни одну из концепций нельзя, видимо, рассматривать как единственно правильную или в чем-то неверную. Все они имеют свои обоснования и по-своему интерпретируют какие-то стороны и связи описываемого явления. Они определены как временем разработок и уровнем развития науки на тот момент, так и разными исходными точками зрения исследователей, их

понимания психолингвистической природы речи. Во всяком случае при описании модели речи следует иметь в виду ее комплексный, многосторонний и интегративный характер, включающий межкультурный компонент.

Главным в коммуникации, независимо от разновидностей дискурса, в рамках которого она происходит, является осуществление персонального и массового воздействия. При этом процессы коммуникации следует рассматривать в их диалогическом единстве, ибо в ходе речевого взаимодействия коммуникантов воздействие оказывается не только адресантом на адресата, но и адресатом на адресанта. Кроме того, следует учитывать, что в ходе коммуникативного акта говорящий и слушающий могут периодически меняться ролями и адресант в итоге коммуникативного акта, испытав воздействие со стороны адресата, может скорректировать свою позицию или поменять ее.

В настоящее время одним из актуальных направлений в лингвистических исследованиях является проблематика самых разных аспектов речевой деятельности и речевого взаимодействия с учетом коммуникативно-прагматических факторов, в том числе самых разных характеристик языковой/коммуникативной личности. Очень часто именно коммуникативно-прагматические факторы оказываются причиной коммуникативных неудач. Учет коммуникативно-прагматических факторов в широком смысле слова может позволить говорящему субъекту правильно построить свою речь и путем воздействия на респондента достичь ожидаемого результата.

Коммуникация является культурно обусловленным процессом. Помимо знания языка общения, что является главным фактором успешной коммуникации, существует ряд других составляющих процесса коммуникации, которые в той или иной степени обусловлены культурой и от которых в той или иной степени зависит успех коммуникации. Каждая из этих составляющих влияет на восприятие коммуникантов, что в свою очередь определяет истолкование (понимание) поведения партнеров.

Проявление этноцентризма – суждения о других на основе своих личных или национальных культурных стандартов может явиться причиной коммуникационной неудачи. При контактах с другими культурами большинство людей судят о чужих культурных ценностях, используя в качестве образца и критерия культурные ценности собственного этноса. Такой тип ценностного суждения, который принято называть этноцентризмом, представляет собой психологическую установку воспринимать и оценивать другие культуры и поведение их представителей через призму своей культуры. Чаще всего этноцентризм подразумевает, что собственная культура превосходит другие культуры, и в этом случае она расценивается как единственно правильная, превосходящие все другие, которые, таким образом, недооцениваются. Все, что отклоняется от норм, обычаев, системы ценностей, привычек, типов поведения собственной культуры, считается низкопробным и классифицируется как неполноценное по отношению к своему. Например, оценка уровня демократии или системы управления в одной стране с точки зрения того, насколько это вписывается в систему демократии или менеджмента другой страны есть проявление этноцентризма и, в определенной мере, стереотипического подхода.

Стереотипы, т.е. надделение людей определенными качествами и характеристиками на основе принадлежности к какой-то культурной, этнической, социальной, профессиональной, половой или возрастной группе, также могут оказать нежелательное влияние на процесс коммуникации. Наиболее часто встречаются этнокультурные стереотипы, представляющие собой обобщенные представления о типичных чертах, характерных для какого-либо народа или культуры. Примером этнического стереотипа, т.е. устойчивого суждения о представителях одних национальных групп с точки зрения других, являются стереотипные представления о вежливости и консерватизме англичан, «загадочной славянской душе» русских, «хитрости» армян и т.д. Стереотипы часто эмоционально окрашены симпатиями и антипатиями, в зависимости

от которых одно и то же поведение получает разную оценку. Те черты, которые у своего народа рассматриваются как проявление ума, у другого народа считается проявлением хитрости. То, что применительно к себе называют настойчивостью, для представителя другой культуры может расцениваться как упрямство. Несмотря на обоснованность или необоснованность, истинность или ложность стереотипов, все они являются неотъемлемым элементом любой культуры и уже самим фактом своего существования оказывают воздействие на психологию и поведение людей, влияют на их сознание и межнациональные контакты.

Для успешной коммуникации требуется умение понять другого человека в контексте его уникальной истории, политической, экономической и культурной среды, что поможет успешно взаимодействовать с ним. Социальная организация культуры также влияет на личное восприятие. Существующие различия в ценностях, приоритетах, подходах, оценках и т. д. вызывают серьезные трудности в межкультурном общении.

Владение языком предполагает владение концептуализацией мира, отраженной в этом языке. Поскольку конфигурации идей, заключенные в значении слов родного языка, воспринимаются говорящим как нечто само собой разумеющееся, у него возникает иллюзия, что так вообще устроен мир. Но при сопоставлении разных языковых картин мира обнаруживаются значительные расхождения между ними, причем иногда весьма существенные.

В пословицах, поговорках, идиомах, так же как в стилистических фигурах речи находит отражение национальная категоризация мира, в том числе национально-культурные реалии, связанные с жизненным опытом того или иного народа – начиная с исторического и кончая особенностями быта. Поэтому, хотя в разных лингвокультурах имеются смысловые и образные соответствия, в большинстве своем они имеют свою этнокультурную специфику. Учет в ходе коммуникации, в том числе политической, характерных для иной лингвокультуры национально-культурных концептов, реалий и фоновых знаний, выраженных в

том числе в паремиологическом фонде языка, будет способствовать повышению ее эффективности, налаживанию межкультурного диалога, преодолению межнациональных трений и конфликтов.

## ПРИМЕЧАНИЯ

---

<sup>1</sup> Ю.Н. Караулов в своем исследовании предлагает трехуровневую модель языковой личности. Он выделяет следующие уровни организации языковой личности:

нулевой – вербально-семантический, включающий системно-структурные данные о состоянии языка, единицами которого являются отдельные слова, отношения между которыми охватывают все разнообразие их грамматико-парадигматических, семантико-синтаксических и ассоциативных связей, совокупность которых суммируется единой вербальной сетью;

первый – лингвокогнитивный (тезаурусный), отражающий картину мира той языковой общности, к которой относится рассматриваемая личность и которая определяет субординативно-иерархические, т.е. идеологические, отношения основных понятий в картине мира; в качестве единиц данного уровня выступают понятия, концепты, идеи;

второй – мотивационный (прагматический), содержащий ценностно-установочные критерии, мотивы и цели, которые управляют порождением текстов языковой личности и пониманием текстов ее партнеров; единицами мотивационного уровня являются коммуникативно-деятельностные потребности личности (Караулов 2003: 42-43).

С рассмотренной трехуровневой моделью языковой личности отчасти соотносятся предлагаемые В.И. Карасиком аспекты изучения языковой личности, а именно ценностный (этические и утилитарные нормы поведения), познавательный (картина мира) и поведенческий (характеристики речи и паралингвистических средств общения) планы данного понятия (Карасик 2002: 30-31).

<sup>2</sup> О важности человеческого фактора в использовании и изучении языка свидетельствует принятый в настоящее время Советом Европы деятельностный подход к речи, при котором «пользователи и изучающие язык рассматриваются как «субъекты социальной деятельности», то есть как члены социума, решающие задачи (не обязательно связанные с языком) в определенных условиях, в определенной ситуации, в определенной сфере деятельности. Речевая деятельность осуществляется в более широком социальном контексте, который и определяет истинный смысл высказывания. В рамках деятельностного подхода под решением задачи понимаются действия, производимые одним человеком или группой людей, каждый из которых стратегически использует свои специфические

---

компетенции для достижения определенного результата. Деятельностный подход позволяет учитывать весь диапазон личностных характеристик человека как субъекта социальной деятельности» (Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: Изучение, преподавание, оценка 2003: 8).

<sup>3</sup> Ф. де Соссюр, к кому и восходит дихотомия язык – речь, был первым лингвистом, кто установил различие между языком как системой, которую он назвал “langue” и речью (“parole”). По Соссюру под системой подразумевался только язык, который можно выучить, в то время как речевая деятельность – это уже продукт конкретного говорящего. Для Ф. де Соссюра речь занимала подчиненное положение по отношению к языку и рассматривалась в качестве чисто индивидуального акта, реализующего языковую способность через посредство языка как социальной ситемы (об этом см.: Зимняя 2001: 32). Поэтому, определяя специфику лингвистики, он считал, что «единственным и истинным объектом лингвистики является язык, рассматриваемый в самом себе и для самого себя» (Соссюр: 1977: 7).

<sup>4</sup> Как отмечает Л.П. Крысин, одним из первых попытку более детальной разработки того, что Н. Хомский назвал языковой компетенцией говорящего предпринял Ю.Д. Апресян, модель владения языком которого включает умение: а) выражать заданный смысл разными (в идеале – всеми возможными в данном языке) способами (способность к перифразированию); б) извлекать из сказанного на данном языке смысл, в частности различать внешне сходные, но разные по смыслу высказывания (различение омонимией) и находить общий смысл у внешне различных высказываний (владение синонимией); в) отличать правильные в языковом отношении высказывания от неправильных. Предложенную Ю.Д. Апресяном, помимо вышеупомянутых трех умений, «селективную способность», которая «проявляется в умении выбрать во множестве принципиально возможных средств выражения определенной мысли то, которое в наибольшей степени соответствует социальным, территориальным и другим особенностям ситуации общения и с наибольшей полнотой выражает личностные характеристики ее участников», Л.П. Крысин считает целесообразным рассматривать дифференцированно, в зависимости от того, какой аспект ситуации общения – национально-культурный, социальный или какой-нибудь еще – имеется в виду (Крысин 1994: 67; Апресян 1979: 503).

<sup>5</sup> [www.merriam-webster.com/dictionary/speech](http://www.merriam-webster.com/dictionary/speech)

<sup>6</sup> Л.М. Веккер выделяет три основных аспекта речи – «речь как средство общения, акт деятельности и психический процесс» (Веккер 2000: 610). Еще более расширенную характеристику речи дает И.М. Румянцева, которая в русле своего расширенного междисциплинарного исследования рассматривает речь «не только как речевую деятельность и средство

---

общения, но и как высшую психическую функцию человека, его психический и психофизиологический процесс». Такое широкое понимание речи диктуется прикладным, практическим подходом автора к феномену речи, задачей в краткие сроки обучить иноязычной речи взрослых людей наиболее эффективным и результативным образом. Однако несмотря на прикладной характер исследования, оно базируется на солидной теоретической базе. В частности важными представляются положения автора о том, что «речевое событие» и «речевая ситуация», совокупность которых всегда является объектом психолингвистики, равно как лингвистики и других «речеведческих» наук (Леонтьев 2003: 16), как и любое событие и ситуация, – это всегда уже внешний результат, но ему предшествуют и в него включаются внутренние процессы – такие, как восприятие и порождение речи на глубинных психофизиологических и психических уровнях, точно также, как и то, что речь следует рассматривать не как «акт деятельности», что подчеркивает некоторую единичность речевого действия, а просто как деятельность или даже особого рода активность, ибо речь может быть не только внешней, но и внутренней, на акты плохо разделяющейся, и в речи присутствуют множество механизмов, на уровне сознания не работающих (Румянцева 2004: 43). В своем подходе к речи И.М. Румянцева выдвигает тезис единства семиотической системы, психики, психофизиологии, поведения и деятельности. Таким образом, автор пытается охватить «единым концептуальным аппаратом» не три, а по крайней мере пять аспектов речи, в том числе ее бессознательный уровень. Интегративная модель обучения иноязычной речи для взрослых И.М. Румянцевой, которую она называет психолингвистической, оказывается действенной именно в силу того, что она, по мнению ее автора, охватывает и развивает у человека все множество речевых граней (Румянцева 2004: 43-44).

<sup>7</sup> В.И. Карасик выделяет следующие пять аспектов речевой организации человека:

- 1) языковая способность как органическая возможность научиться вести речевое общение (сюда входят психические и соматические особенности человека);
- 2) коммуникативная потребность, т.е. адресатность, направленность на коммуникативные условия, на участников общения, языковой коллектив, носителей культуры;
- 3) коммуникативная компетенция как выработанное умение осуществлять общение в его различных регистрах для оптимального достижения цели (компетенцией человек овладевает, в то время как способности можно лишь развить);
- 4) языковое сознание как активное вербальное «отражение во внутреннем мире внешнего мира» (Лурия, 1998, с. 24);

---

5) речевое поведение как осознанная и неосознанная система поступков, раскрывающих характер и образ жизни человека (Карасик 2002: 7).

<sup>8</sup> Раздвигая рамки деятельностного подхода к речи, но не отказываясь от него, И.М. Румянцева вслед за С.Л. Рубинштейном (1999) и И.А. Зимней (1997) считает, что психика и деятельность – это «суть единство, но не тождество»: психическое развивается и формируется в деятельности; деятельность побуждается, обуславливается и регулируется психическим (эмоциями, чувствами, потребностями, мыслью, воображением, сознанием, способностями) (Румянцева 2004: 29).

<sup>9</sup> О важности учета эмоциональных и иных психических факторов в речи может говорить тот факт, что при создании искусственной звучащей речи – машинном ее моделировании, которым долгие годы занималась И.М. Румянцева, аудиторами-носителями языка (во время психолингвистических экспериментов на восприятие) «годными», т.е. принадлежащими к определенной языковой системе, признавались только те искусственно созданные звуковые реализации (слова и фразы), которые представлялись аудиторам эмоционально или модально окрашенными (Румянцева 2004: 32).

<sup>10</sup> Помимо речевой коммуникации, как прямой, так и не прямой, немаловажное значение имеют и другие виды коммуникации, в частности, невербальная, что подчеркивает необходимость интегрального подхода к феномену человеческого общения.

<sup>11</sup> «Коммуникативный процесс, – пишет Е.В.Сидоров, – организует социум и позволяет человеку жить и развиваться в нем, соотнося свое поведение с поведением других членов общества, а также поведение других со своим собственным. Путем коммуникации, непосредственной и опосредованной, человек побуждает других людей к совершению действий и сам побуждается к ним. Совершая коммуникативные действия, человек получает знания об окружающем его мире и о себе, «присваивает» себе общественные ценности, созданные человечеством, познает природу и сущность социальных отношений, формирует самосознание и, вместе с тем побуждает других людей к формированию знаний об окружающем мире и о самих себе, побуждает их к присвоению общественных ценностей, к познанию природы и сущности социальных отношений, к формированию самосознания» (Сидоров 2010: 7).

<sup>12</sup> Что касается использования прилагательных, например, сетевой, цифровой, электронный, дигитальный и т.д., то все они подчеркивают существенные особенности, роль и/или характеристику именно коммуникативных каналов, по которым протекает коммуникативный процесс. Так, электронная коммуникация представляет коммуникативное взаимодействие, опосредованное электронным каналом. Этот термин является наиболее широким понятием и включает в себя понятие



---

«компьютерная коммуникация» (коммуникативное взаимодействие, осуществляемое с помощью компьютера, в предметную область которого входит понятие «интернет-коммуникация» – вербальное и невербальное взаимодействие коммуникантов в сети Интернет). Саму интернет-коммуникацию Е.И. Горошко вслед за И. Н. Розиной характеризует как использование людьми электронных сообщений (чаще мультимедийных) для формирования знаний и взаимопонимания в разнообразных средах, контекстах и культурах (Горошко 2014: 25-26; Розина 2005, с.32).

<sup>13</sup> Личностно-ориентированный дискурс представлен в двух основных разновидностях – бытовое (обиходное) и бытийное (художественное и философское) общение, статусно-ориентированный дискурс – во множестве разновидностей, выделяемых в том или ином обществе в соответствии с принятыми в этом обществе сферами общения и сложившимися общественными институтами (политический, деловой, научный, педагогический, медицинский, военный, спортивный, религиозный, юридический и другие виды институционального дискурса (Карасик 2002: 423-428).

<sup>14</sup> Согласно С.Г. Тер-Минасовой, «мир изучаемого языка» как дисциплина, неразрывно связанная с преподаванием иностранных языков, сосредоточена на изучении совокупности внеязыковых фактов, то есть тех социокультурных структур и единиц, которые лежат в основе языковых структур и единиц и отражаются в этих последних. Иными словами, в основе научной дисциплины «мир изучаемого языка» лежит исследование социокультурной картины мира, нашедшей свое отражение в языковой картине мира. «Картина мира, окружающего носителей языка, – пишет С.Г.Тер-Минасова, – не просто отражается в языке, она и формирует язык и его носителя, и определяет особенности речупотребления. Вот почему без знания мира изучаемого языка невозможно изучать язык как средство общения. Его можно изучать как копилку, способ хранения и передачи культуры, то есть как мертвый язык. Живой язык живет в мире его носителей, и изучение его без знания этого мира (без того, что в разных научных школах называется по-разному: фоновыми знаниями, вертикальным контекстом и др.) превращает живой язык в мертвый, то есть лишает учащегося возможности пользоваться этим языком как средством общения. Именно этим, по-видимому, объясняются все неудачи с искусственными языками. Даже наиболее известный из них – эсперанто – не получает распространения и обречен на умирание в первую очередь потому, что за ним нет живительной почвы – культуры носителя» (Тер-Минасова 2000: 30-31).

<sup>15</sup> Подчеркивая, что язык «представляет собой инструмент не только для сравнения многих наций, но и для обнаружения их взаимодействия», В. фон Гумбольдт отмечал, что «изучение языка открывает для нас, помимо

---

собственного его использования, еще и аналогию между человеком и миром вообще и каждой нацией, самовыражающейся в языке, в частности» (Гумбольдт 1984: 303-306).

<sup>16</sup> URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary>

<sup>17</sup> Существует множество моделей по определению типа культуры и его влияния на коммуникацию. Одна из первых таких моделей принадлежит американскому антропологу Э.Холлу, который делил культуры на высококонтекстные и низкоконтекстные и изучал различия в поведении представителей данных культур. Согласно Э. Холлу, высококонтекстные культуры способствуют дифференцируемому поведению в соответствии со специфическим контекстом; низкоконтекстные культуры минимизируют различия в поведении, вызываемые контекстом. Им был выделен ряд невербальных факторов коммуникации, которые действуя самостоятельно, а порой в соединении с вербальными, определяют тип культуры и влияют на речевое общение. Эти факторы, которые он называет «невербальным языком», включают категорию времени, пространства, контекст, отношение к работе, отдыху, учебе (Hall 1990: IX). Знание этих факторов необходимо для эффективного межкультурного общения.

Американские антропологи Ф. Клакхон и Ф.Стродбек (Kluckhohn, Strodtbeck 1961), развивая теорию Э.Холла, разработали методику определения типа культур на основе выделения ряда ценностных ориентаций, которые определяются культурой или, по крайней мере, испытывают на себе ее воздействие. Указанные параметры (ориентации) включали отношение к человеку (human nature orientation), взаимоотношение человека и природы (man – nature orientation), отношение ко времени (time orientation), отношение к деятельности (activity orientation), направленность на гармонизацию взаимоотношений в группе (коллективе) в противовес направленности на решение конкретной задачи (relation orientation).

Г.Хофстеде (Hofstede 1980) предложил четыре измерения культур (dimensions of culture) с целью их дифференциации. «Индивидуализм – коллективизм» (Individualism – Collectivism) определяет в какой степени культура побуждает и удовлетворяет интенции ее представителей к автономной или же конформной жизнедеятельности, т.е. побуждает заботиться лишь о себе и своей семье и самостоятельно решать свои вопросы, или побуждает стремиться стать членом группы, которая предположительно должна проявлять заботу о своих членах в обмен на их лояльность.

«Дистанция власти» (Power Distance) показывает какое значение в разных культурах придается властным отношениям между людьми и определяет степень неравномерности распределения власти с точки зрения членов общества, т.е. в какой степени культура побуждает менее защищенных членов общества принять факт неравномерности распределения власти.

---

«Избегание неопределенности» (Uncertainty Avoidance) определяет в какой степени люди разных культур испытывают тревогу перед неопределенностью и двусмысленностью, а также степень развития культурой институтов и ритуалов, обеспечивающих сопротивление тревоге, вызванной данными факторами.

«Маскулинность – феминность» (Masculinity – Femininity) или мужественность – женственность определяет степень поддержания культурой традиционных гендерных различий среди своих представителей и характеризует культуру в зависимости от приверженности таким ценностям как удача, деньги, вещи, с одной стороны, и заботой о других и качеством жизни, с другой.

В 2001 г. Г.Хофстеде (Hofstede 2001) предложил еще одно измерение для описания современного поликультурного мира, а именно – «долгосрчную и краткосрчную ориентации» (Long – and Short – Term Orientation). Данная характеристика определяет в какой степени культура поощряет откладывание на долгосрчную перспективу удовлетворения материальных, социальных и духовных потребностей среди членов общества.

Согласно Г.Хофстеде, культура и социальное окружение являются источниками ментальных программ (software of the mind), т.е. механизмов формирования ощущений, мыслей и поведения индивида в ходе его социализации и инкультурации. Ментальные программы определяются так называемыми измерениями культуры (dimensions of culture), влияющими на поведение человека.

Еще одной характеристикой культуры является «дифференциация статуса», которая определяет то, в какой степени культуры поддерживают различия в статусе у своих представителей (Matsumoto, Juang 2008). Культуры можно различать и по степени важности, придаваемой сохранению «лица» говорящего и слушающего, что исследовала, например, американский специалист по межкультурной коммуникации С.Тинг-Туми (Ting-Toomey, Chung 2005).

<sup>18</sup> В кросскультурных исследованиях выделяют четыре измерения стилей вербальной коммуникации: 1) прямой и непрямой стили; 2) искусный (вычурный) и краткий (сжатый) стили; 3) личностный и ситуационный стили; 4) инструментальный и аффективный стили.

Прямой вербальный стиль характерен для речевых сообщений, которые выражают истинные намерения говорящего в виде его желаний, потребностей и ожиданий в процессе общения. Непрямой стиль свойствен речевым сообщениям, которые камуфлируют и скрывают истинные интенции говорящего (его желания, цели, потребности) в ситуации общения. Большинство исследователей считает, что непрямой стиль общения – ведущий стиль вербальной коммуникации в коллективистских

---

культурах, а прямой стиль – преобладающий тип вербальной коммуникации в индивидуалистических культурах.

Искусный, или вычурный, стиль – это использование богатого, экспрессивного языка в общении. Сжатый стиль означает употребление лаконичных, сдержанных высказываний, пауз и молчания в повседневной коммуникации. Использование вычурного стиля характерно для многих ближневосточных культур, краткий же стиль вербальной коммуникации свойствен многим азиатским культурам и некоторым культурам американских индейцев.

Личностный вербальный стиль ставит в центр общения индивида, а ситуационный – его роль. При этом личностный стиль прибегает к использованию лингвистических средств для усиления «Я-идентичности», а ситуационный – к подчеркиванию ролевой идентичности. Стиль общения отражает доминирующие ценности культуры. Ситуационный стиль вербального общения использует язык, в котором отражается иерархический социальный порядок и асимметричные ролевые позиции. Личностный стиль использует язык, отражающий порядок социального равенства и симметричные ролевые позиции. Культуры Австралии, Северной Европы (Дания, Финляндия, Швеция) и США имеют низкие показатели по шкале дистанции власти, являются индивидуалистическими культурами и предпочитают личностный стиль вербальной коммуникации. Инструментальный стиль вербальной коммуникации ориентирован на говорящего и цель коммуникации, а аффективный – на слушающего и на процесс коммуникации. Некоторые исследователи считают, что разделение стилей коммуникации своими корнями уходит в философию взаимодействия человека с миром, присутствующую в ценностях каждой культуры. Инструментальный (у некоторые исследователей – «избирательный») взгляд на мир означает, что люди могут изменять свою окружающую среду и управлять ею в своих целях, и говорящий, таким образом, строит свое сообщение с целью убедить собеседника или изменить сами отношения. Аффективный (у некоторые исследователей – «приспосабливающийся») взгляд на мир означает, что люди скорее должны приспособить себя к своей среде, чем изменять и эксплуатировать ее, поэтому говорящий стремится приспособить себя к чувствам своих слушателей, а те, в свою очередь, – более точно понять чувства говорящего, чтобы как можно меньше искажать данную им реальность, внося в нее свои поправки. «Избирательный» взгляд на мир разделяет роли говорящего и слушающего на отдельные категории, «приспосабливающийся» объединяет их в единое целое. Члены индивидуалистических культур предпочитают инструментальный стиль вербального взаимодействия, для которого характерны ориентация на цель общения, говорящего, самовыражение, самопрезентацию и на прямое

---

воздействие на собеседника и отношения. Инструментальный стиль направлен на поддержание своего собственного «лица» и удовлетворение потребности в автономии и уединении. Примерами культур, использующих инструментальный стиль, могут служить Дания, Нидерланды, Швеция и США. Члены коллективистских культур, напротив, предпочитают аффективный стиль взаимодействия, для которого характерны ориентации на процесс общения, на слушающего, на «приспособление» к чувствам и потребностям собеседника, на достижение групповой гармонии. Он характерен для большинства азиатских, латиноамериканских и арабских культур и направлен на поддержание «лица» как говорящего, так и слушающего и на удовлетворение потребности в объединении.

Поскольку все варианты вербальных коммуникативных стилей присутствуют практически во всех культурах, каждая культура придает свое значение и приписывает свою нормативную ценность различным способам взаимодействия. В каждом случае стиль вербального взаимодействия отражает глубокие морально-философские основы культуры, ее специфическую «картину мира».

<sup>19</sup> При исследовании нормы правосудия в Японии и США установлено, что при распределении наград японские студенты предпочитают норму равенства, а американские – норму справедливости. Аналогичные исследования нормы правосудия у китайцев и американцев обнаружили ту же тенденцию: китайцы предпочитают норму равенства, а американцы – норму справедливости. Выявлены также и половые различия внутри культур. Так, китайцы-мужчины чаще предпочитали норму равенства, чем китайские женщины, а те, в свою очередь больше, чем мужчины, ценили норму справедливости. У американских респондентов все было наоборот: мужчины чаще предпочитали норму справедливости, чем женщины, а женщины – норму равенства (см.: Лебедева 2009).

<sup>20</sup> В России также изучалось отношение к законам, понимание справедливости и прав личности, мотивировки законопослушности у российских респондентов в контексте сравнения их морально-правовых суждений с суждениями представителей других стран (США и ряда западноевропейских стран.). Как показал сравнительный анализ, у российских респондентов более развитой оказалась способность к изменению и нарушению законов, чем у респондентов из других стран. Результаты исследования позволяют говорить о том, что в сознании российских респондентов изначально, существует разграничение понятий «закон» и «мораль», что и вызвало трудности в определении «справедливого закона», так как понятие «справедливость» у русских связано с областью нравственности, а законы считаются несправедливыми, бездействующими и необъективными. В сознании же респондентов стран Запада понятия «закон», «мораль», «справедливость» на первоначальном

---

уровне морального развития слиты воедино (Лебедева 2009: 545).

Такая ситуация перекликается с теми странами, где присутствуют как бы две нормы: одна, согласующаяся с нормами традиционной культуры, и вторая, отражающая государственные. Особенно отчетливо это проявляется в ситуации с этническими и культурными меньшинствами (баски в Испании, ирландцы в Великобритании, некоторые народы Северного Кавказа в России и т. д.). При этом следует иметь в виду, что нормы, укорененные в сознании народа многовековой историко-культурной традицией, несомненно, являются более мощными регуляторами поведения, чем государственные законы (Лебедева 2009: 546-547).

<sup>21</sup> В исследовании в Великобритании и ряде других стран (Япония, Гонконг, Италия) была доказана универсальность правила уважения частных прав другого человека. Правило сохранения тайны подтвердилось в Гонконге, Италии и Британии, но не соблюдалось в японской культуре. Правило недопустимости публичной критики «работало» в Японии и Гонконге, а в Британии, и особенно в Италии, часто нарушалось. Это можно объяснить тем, что в коллективистских культурах (Япония и Гонконг) соблюдение данного правила гарантирует предупреждение публичных столкновений и причинения ущерба «лицу» другого, в то время как в индивидуалистических культурах вербальное самораскрытие важнее сохранения групповой гармонии, поэтому в данных культурах менее настаивают на следовании этому правилу (Лебедева 2009: 547).

<sup>22</sup> Степень личностной значимости ролевых отношений хорошо иллюстрируется в исследовании Г. Триандисом американцев в Греции в 1967 г. Он установил, что греки воспринимают поведение американцев на службе как «бесчеловечно-законническое, ригидное, холодное и чересчур нацеленное на производительность». Несмотря на то, что греки воспринимают свои организации как в высшей степени бюрократические, решения в них часто принимаются на основе дружеских отношений и личностных норм и правил. Греки не могут понять разделения между «служебным» и «дружеским» поведением. Таким образом, в греческой культуре ролевым отношениям приписывается большая личностная значимость по сравнению с американской (Лебедева 2009: 547-548).

Согласно теории Хофстеда, от степени маскулинности или феминности той или иной культуры зависят различия в половых ролях (Hofstede G., 1980). Как отмечает Л.Самовар и Р. Портер, понятие гендерной идентичности отличается от понятия биологической или половой идентичности. Гендерные исследования изучают то, как в различных культурах разграничиваются социальные роли мужчин и женщин (Porter et.al, 2010: 158)

В исследовании, проведенном в Японии и США, изучались концепции

---

«независимости» и «покорности» в половых ролях. Результаты исследования показали, что американцы ценят независимость больше покорности и в мужчинах, и в женщинах, а японцы ценят независимость больше покорности только у мужчин. В личностно-ориентированных семьях власть распределяется более или менее равномерно, поощряется уникальность и развитие каждого члена семьи, а также активное участие всех в принятии внутрисемейных решений. В позиционно-ориентированных семьях власть обычно распределяется неравномерно, родители (чаще отец) – авторитарные фигуры, которые держат под контролем процесс принятия решений в семейной жизни, семья построена иерархично и младшие члены семьи не имеют «права голоса».

Кросскультурные исследования семейных ролей показали, что в индивидуалистических культурах более близкими являются ролевые отношения между мужем и женой (по «горизонтали»), а в коллективистских культурах – между родителями и детьми (по «вертикали»). Исследователями выделены культуры, в которых наиболее значимыми отношениями являются отношения между матерью и сыном (Индия), отцом и сыном (Китай), супругами (культуры Запада). В культурах, где наиболее значимыми ролями являются роли «отец–сын», обычно другие роли имеют много общего с этими ролями: например, «начальник–подчиненный», «учитель–ученик», «правитель–народ». Значимость ролей «муж–жена» говорит о равенстве, и это также влияет на другие роли, поэтому в западных культурах вышестоящие чувствуют потребность общаться с нижестоящими на равных (Лебедева 2009: 548-549).

<sup>23</sup> Анализируя тексты, создаваемые на основе различных семиотических кодов (подъязыков), в том числе проповеди священников, рекомендации врачей, социальные инструкции, законы, а также произведения искусства, Ю.М. Лотман подчеркивал, что участники общения на текстовой почве резко отделены друг от друга. Создатели текстов вещают некие истины в малопонятной для других, зашифрованной форме, ибо «чтобы восприниматься как текст, сообщение должно быть не- или малопонятным». Те же, кому отведена роль потребителей текстов, внимают их создателям с полным доверием, порой прибегая к посредству толкователей, ибо тексты подлежат «дальнейшему переводу или истолкованию». «Чтобы быть взаимно полезными,- заключает ученый, – участники коммуникации должны «разговаривать на разных языках» (Лотман 1992: 134-136).

<sup>24</sup> Рассматривая культуру в качестве коммуникационной системы, обслуживающей коммуникативные функции, Ю.М. Лотман писал: «Итак, культура – исторически сложившийся пучок семиотических систем (языков), который может складываться в единую иерархию (сверхязык),

---

но может представлять собой и симбиоз самостоятельных систем. Но культура включает в себя не только определенное сочетание семиотических систем, но и всю совокупность исторически имевших место сообщений на этих языках (текстов)» (Лотман 2000: 397).

<sup>25</sup> URL:<http://sevak.am/lpoem/poem/ԱՆԼՈՒԵԼԻ-ԶԱՆԳԱԿԱՏՈՒՆ/45>

<sup>26</sup> Образ Родины-матери запечатлен в скульптурах и памятниках, посвященных победе Советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945гг. (в Российской Федерации – статуя «Родина-мать зовёт!» на Мамаевом Кургане в Волгограде, являющаяся аллегорическим образом Родины, зовущей своих сыновей на битву с врагом; в Армении – статуя Майр Айастан (Մայր-Հայաստան) – «Мать-Армения» в парке Ахтанак (Победа) в Ереване, символизирующая могущество и величие Родины и представляющая собой образ матери, вкладывающей меч в ножны.

В дореволюционной России использовался образ России-матушки (Матушка Россия, Мать-Россия, Матушка Русь) в качестве национальной персонификации России и за границей, важного компонента национальной идентичности, символизирующего дух коллективизма и народности и получившего отражение в литературе, искусстве, военной пропаганде, политической риторике и массовой культуре.

<sup>27</sup> В Великобритании используется образ Британии (Britannia) в качестве персонифицированного символа страны, представленного в виде молодой женщины в коринфском шлеме с гербовым щитом и трезубцем Посейдона в руке.

В некоторых религиях Мать-Природа стала делиться на покровительницу охоты (в греческой мифологии – Артемида) и земледелия (Деметра). Однако в других религиях образ Матери-Природы не разделился. Например в славянском язычестве эту роль, по совместительству с Матерью-Землёй до конца имела Мокошь.

<sup>28</sup> <http://www.grakantert.am/hայր-հայրենիք-նորայր-աղայրան/>

<sup>29</sup> В.А.Маслова приводит следующее рабочее определение концепта: «Концепт – это семантическое образование, отмеченное лингвокультурной спецификой и тем или иным образом характеризующее носителей определенной этнокультуры. Концепт, отражая этническое мировидение, маркирует этническую языковую картину мира и является кирпичиком для строительства «дома бытия» (по М. Хайдеггеру). Но в то же время это некий квант знания, отражающий содержание всей человеческой деятельности. Концепт не непосредственно возникает из значения слова, а является результатом столкновения словарного значения слова с личным и народным опытом человека. Он окружен эмоциональным, экспрессивным, оценочным ореолом» (Маслова 2011: 27).

<sup>30</sup> Отмечая, что часто концепт – это «свернутый» текст, В.А. Маслова



---

приводит следующий пример: «Баба-Яга – живет в избушке на курьих ножках, летает в ступе или на метле, имеет косяную ногу, иногда ест людей, а иногда им помогает» (Маслова 2011: 27).

<sup>31</sup> URL: <http://www.margarethatcher.org/speeches/displaydocument.asp?docid=102939>

<sup>32</sup> URL: <https://www.whitehouse.gov/blog/2009/01/21/president-barack-obamas-inaugural-address>

<sup>33</sup> Армяно-русский словарь под редакцией Е.Г. Галстяна (1985) дает следующие значения слова *բախտ*: 1. судьба, рок (высок.); 2. Доля, удел, участь, судьба; 3. Везение (разг.), удача, счастливое стечение обстоятельств; 4. Фортуна (книж.); 5. Счастье.

<sup>34</sup> Выражение приписывается Оскару Уайлду, но не обнаруживается в его произведениях (The Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 131).

<sup>35</sup> И.Опи и М.Татем приводит следующее высказывание исследовательницы фольклора Э.Райт, касательно Англии кануна Первой мировой войны: “Many educated people habitually 'touch wood' if they have given vent to some expression of satisfaction over their own health or fortune, or that of any member of their family. If the trick were omitted, the speaker would probably feel uncomfortable (Opie, Tatem 2005: 450). В одном из сообщений британской прессы о заседании Британского парламента в 1915 г. говорилось: “When Mr Asquith referred in his great war speech in the House of Commons the other week to the insignificant number of British losses the First Lord of the Admiralty leant forward and gravely touched the wood of the Clerk's table”. В 1959 г журнал ”Journal of School of Scottish Studies” сообщал о широком использовании выражения “touch wood” в стране: “We need only consider how often in our daily lives we use such expressions as 'Touch wood’”. А в 1987 г одна из англичанок в возрасте 60-ти лет говорила: Touching wood is absolutely basic. I go scurrying around looking for a piece of wood. You feel if you don't touch wood, the gods will wreak vengeance on you (Opie, Tatem 2005: 450).

<sup>36</sup> В 2000 г. царь и вся царская семья, убитые большевиками в 1918 г., были причислены Русской Православной Церковью к лику святых и канонизированы в качестве новомучеников.

<sup>37</sup> Пословица является калькой с французского, была любимым высказыванием французского короля Людовика XVIII (1755-1824), но ошибочно приписывалась Людовику XIV (Flavell 2008: 204-205).

<sup>38</sup> <http://www.bibliotekar.ru/encSlov/2/126.htm>

<sup>39</sup> Во французском языке имеется аналогичная пословица, происхождение которой приписывается Наполеону.

<sup>40</sup> П. Вилкинсон приводит следующий весьма иллюстративный пример, объясняющий значение выражения “To catch a Tartar”: Soldier, to his officer:

---

‘I’ve caught a Tartar’ – ‘Bring him here’ – ‘He won’t come’ – ‘Then leave him and come yourself’ – ‘He won’t let me!’ (Wilkinson 2008: 163).

<sup>41</sup> Следует учесть, что в речи пословицы часто используются в усеченной форме или с определенными трансформациями<sup>41</sup>, выступая, таким образом, в роли прецедентных феноменов, для распознавания смысла которых требуются определенные энциклопедические и фоновые знания, особенно когда из-за отсутствия соответствующих аналогов в другом языке они выступают в качестве лакун. Например, в «Современной комедии» Дж. Голсуорси читаем: “The discussion broke back to Foggartism, but Soames sat brooding. He would never again interfere in what didn’t concern himself. Then, like all who love, he perceived the bitterness of his fate. He had only meddled with what *did* concern himself – her name, her happiness; and she resented it. **Basket in which were all his eggs**, to the end of his days he must go on walking gingerly, balancing her so that she was not upset, spilling his only treasure”. В этом отрывке содержится намек на пословицу “Don’t put all your eggs in one basket” – Не клади всех яиц в одну корзину, т.е. не рискуй всем, что у тебя есть; не храните все, чем дорожите, в одном месте (Oxford Dictionary of Proverbs: 2004: 88; Гварджаладзе, Мчедlishvili: 1971: 25-26). Данная пословица, которая употребляется в метафорическом смысле, имеет смысловой аналог в русском языке: На один гвоздь всего не вешают; На одном гвозде все (всего) не повесишь (Гварджаладзе, Мчедlishvili: 1971: 26; Мокиенко, Никитина, Николаева 2010: 171), но не имеет эквивалента в армянском языке<sup>41</sup>. Однако, даже при наличии русского смыслового эквивалента, переводчик опустил указанную часть текста оригинала, видимо, посчитав, что русский смысловой эквивалент не вписывается в ткань текста: «Разговор снова перешел на фоггартизм, но Сомс мрачно молчал. Больше он никогда не будет вмешиваться не в свое дело! И, подобно всем любящим, он задумался о своей горькой судьбе. В сущности, ведь вмешался-то он в свое дело! Ее честь, ее счастье – разве это его не касается? А она на него обиделась» (Голсуорси 1962: 371). В армянском переводе используется метафорический образ «золотой чашки», отсутствующий в оригинале, но, тем не менее, позволяющий передать чувства Сомса к своей дочери Флер: «Իստակցութիւնը վերադարձավ Ֆրգարթիզմին, բայց Սոմսը նստել էր լուր, մտախոհ. էլ երբեք չի խառնւմ իր և: գործի, որ իրեն չի վերաբերում: Հետո, բոլոր սիրող մարդկանց նման, սկսեց մտածել իր ճակատագրի դառնութեան մասին: Չէ՞ որ ինքը խառնվել է մի այնպիսի գործի, որը վերաբերում էր իրեն – իր հարազատ դստեր պատիվը, երջանկությունը: Իսկ նա վրդովվում է: Իր ամբողջ հոյսն ու ապավենը Տելերն է միայն, նա է իր ուրախության ոսկե բաժակը, իսկ ինքն ստիպված է մինչև կյանքի վերջը զգուշ լինել, որ չինի հանկարծ խռովի նա, և կոտորվի ոսկե բաժակը իր միակ գանձը» (Գոլսուորթի 1979: 457).

---

Примером нахождения функционального аналога может служить перевод использованной Майклом Монтгом в своей первой речи в Палате общин поговорки “You cannot have your cake and eat it” в армянском и русском текстах «Современной комедии» Дж.Голсуорси: арм.: «Հաց ունես՝ կեր, հաց ունես՝ պահիր» (Գոլսուորսի 1979: 489); рус.: «И волки сыты, и овцы целы» (Голсуорси 1962: 396).

## **ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ВИДА РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **1. Функционально-жанровые особенности англоязычного политического дискурса**

Политическая коммуникация представляет собой речевую деятельность, ориентированную на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям, для выработки общественного согласия, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе (Чудинов 2012:6).

Главной функцией политической коммуникации является борьба за политическую власть на основе использования коммуникативной деятельности: политическая коммуникация призвана оказать прямое или косвенное влияние на распределение власти (путем выборов, назначений, создания общественного мнения и др.) и ее использование (принятие законов, издание указов, постановлений и др.). Политическая коммуникация отражает существующую политическую реальность, изменяется вместе с ней и участвует в ее преобразовании (Там же).

Политическая коммуникация оказывает влияние на распределение и использование власти благодаря тому, что она служит средством воздействия на сознание принимающих политические решения людей (избирателей, депутатов, чиновников и др.). Политическая коммуникация не только передает информацию, но и оказывает эмоциональное воздействие на адресата, преобразует существующую в сознании человека политическую картину мира (Там же: 7).

В исследовании Е.И. Шейгал политический дискурс понимается как «общение, основная интенция которого – борьба за власть». Однако, как отмечает автор, политический дискурс

относится к особому типу общения, для которого характерна высокая степень манипулирования, и поэтому выявление механизмов политической коммуникации представляется значимым для определения характеристик языка как средства воздействия. В этом смысле важность изучения политического дискурса продиктована необходимостью поиска для политиков оптимальных путей речевого воздействия на аудиторию, с одной стороны, и необходимостью понимания аудиторией истинных интенций и скрытых приемов языкового манипулирования, с другой стороны (Шейгал 2000: 4,6).

Политическая коммуникация является объектом изучения политической лингвистики, целью которой является исследование многообразных взаимоотношений между языком, мышлением, коммуникацией, субъектами политической деятельности и политическим состоянием общества. Современная политическая лингвистика активно занимается общими проблемами политической коммуникации (анализирует ее отличия от коммуникации в других сферах), изучает проблемы жанров политической речи (лозунг, листовка, программа, газетная статья, выступление на митинге, парламентская полемика и др.) и особенности функционирования политических текстов.

Важное внимание уделяется проблемам идиостиля отдельных политиков, политических партий и направлений, рассматриваются стратегии, тактики и приемы политической коммуникации, изучается композиция, лексика и фразеология политических текстов, использование в них разнообразных образных средств. К числу важнейших направлений политической лингвистики относится также рассмотрение отдельных политических концептов в рамках соответствующего языка и национальной культуры, обращение к проблемам понимания политических реалий того или иного государства гражданами других государств, сопоставительное исследование политической коммуникации в различных странах и на разных этапах развития общества (Там же: 8-9).

Важнейшим постулатом современной политической лингвистики является дискурсивный подход к изучению политических текстов. Это означает, что каждый конкретный текст должен рассматриваться в контексте политической ситуации, в которой он создан, в его соотношениях с другими текстами, с учетом целевых установок, политических взглядов и личностных качеств автора, специфики восприятия этого текста различными людьми. Следует обязательно учитывать ту роль, которую этот текст может играть в системе политических текстов и – шире – в политической жизни страны. Например, одна и та же идея и даже одни и те же высказывания будут совершенно по-разному восприниматься в тексте газетной статьи журналиста и в официальном заявлении руководителя страны. Совершенно различный вес могут иметь высказывания одного и того же политика, произнесенные им в пылу предвыборной борьбы и после вступления на важный государственный пост.

Как отмечает А.П.Чудинов, традиционно власть относится к числу высших социальных ценностей, а поэтому в борьбе за власть используются все человеческие возможности и достижения науки, в том числе для оказания манипулятивного воздействия на сознание и поведение человека. Анализ политической коммуникации, в частности анализ того, что, с какой целью и как говорят политики, позволяет высветить как их коммуникативные успехи так и неудачи (Там же: 8).

В рамках лингвистических исследований разграничиваются два подхода к анализу политической коммуникации: риторический (дескриптивный – по терминологии Е.И. Шейгал) и критический. Риторический подход восходит к классической методике риторического анализа публичных выступлений, представленной в трудах античных мыслителей (Аристотеля, Цицерона и др.). В современной лингвистике один из аспектов риторического подхода связан с изучением языкового поведения политиков; языковых средств, риторических приемов и манипулятивных стратегий, используемых политиками в целях убеждения. Другим

направлением риторического подхода, тесно связанным не только с лингвистикой, но и с политологией, является анализ содержательной стороны политических текстов. Методы контент-анализа позволяют выявить когнитивные диспозиции отдельных политиков – ценностные доминанты, склонность к конфликту или сотрудничеству, характер причинно-следственных связей в соответствующих фрагментах картины мира (Chilton 1994; Шейгал 2004, 2000 и др.).

Критический подход развиваемый в русле так называемого критического дискурс-анализа нацелен на критическое изучение социального неравенства, выраженного в языке или дискурсе. В работах представителей критического дискурс-анализа рассматривается проблема использования языка как средства власти и социального контроля (Fairclough 1989, Wodak, 1994, ван Дейк 1994 и др.).

Одним из относительно новых исследовательских направлений в политической лингвистике является когнитивный подход, позволяющий от описания единиц и структур дискурса перейти к моделированию структур сознания участников политической коммуникации. Моделирование когнитивной базы политического дискурса осуществляется через анализ фреймов и концептов политического дискурса, метафорических моделей и стереотипов, лежащих в основе политических предубеждений (van Dijk 1997; Лакофф, Джонсон 1997 ; Шейгал 2000 и др.).

В рамках когнитивного подхода исследуется также взаимосвязь языка и идеологии (Noth 1995; van Dijk 2002 и др.). Политическое общение всегда идеологизировано, поскольку коммуниканты выступают в нем не как личности, представляющие самих себя, а как представители институтов и политических групп. Под идеологией понимается система принципов, лежащая в основе групповых знаний и мнений, основанная на групповых ценностях. Обусловленные идеологией ментальные схемы субъектов политического общения определяют их вербальное поведение, в частности, стратегии и риторические приемы, импликации и

пресуппозиции, речевые ходы и тематическую структуру дискурса (Шейгал 2000:15-18). В настоящей диссертации исследование политического дискурса соединяет в себе элементы риторического, критического, когнитивного и лингвокультурологического подходов.

В большинстве работ термины политическая коммуникация и политический дискурс используются практически как равнозначные (Шейгал 2004 22; 2000: 27, 34). Однако некоторые авторы предпочитают говорить о дискурсивных характеристиках политической коммуникации, справедливо отмечая, что всякий текст должен оцениваться только в дискурсе, то есть с учетом конкретных условий его создания и функционирования. Этот дискурс определяет характер авторства текста, его адресность, намерения автора, которые проявляются в используемых им коммуникативных стратегиях и тактиках. Кроме того, важным элементом дискурса является его соотношение с другими текстами, составляющими соответствующий нарратив (Современная политическая коммуникация 2009: 58-64).

В лингвистической литературе термин «политический дискурс» употребляется в двух смыслах: узком и широком. При узком понимании политический дискурс образует совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом (Баранов, Казакевич 1991: 6), что ограничивает его сугубо институциональными формами общения.

В широком смысле он включает такие речевые образования и формы общения, в которых к сфере политики относится хотя бы одна из составляющих: субъект, адресат либо содержание сообщения. Широкое понимание политического дискурса включает в себя также экстралингвистические факторы (в том числе ритуальное использование символов), влияющие на порождение и восприятие политических текстов.

Придерживаясь широкого подхода к рассмотрению политического дискурса, Е. И. Шейгал считает, что политический



дискурс нельзя ограничивать лишь институциональными формами общения, ибо разговоры о политике (в самых разных ракурсах – бытовом, художественном, публицистическом и пр.) «подобны своеобразным ручейкам, питающим реку политической борьбы, так как они, будучи многократно умноженными, вносят вклад в формирование политического сознания, в создание общественного мнения, что в итоге может повлиять на ход политического процесса». Поэтому исследователь считает логичным исходить из широкого понимания политической коммуникации и включать в нее, как уже отмечалось, любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых относится к сфере политики (Там же 2004: 23, 32).

Подобный подход отражает специфику политического дискурса, который пересекается с другими типами дискурса – юридическим, научным, массово-информационным, педагогическим, рекламным, религиозным, спортивно-игровым, бытовым и художественным. Как и всякий другой дискурс, политический дискурс имеет полевое строение, в центре которого находятся те жанры, которые в максимальной степени соответствуют основному назначению политической коммуникации – борьбе за власть. Это парламентские дебаты, речи политических деятелей и т.д. В периферийных жанрах функция борьбы за власть переплетается с функциями других видов дискурса, при этом происходит наложение характеристик разных видов дискурса в одном тексте (интервью с политиком включает элементы масс-медиа, научного и политического дискурса). Политический дискурс пересекается с педагогическим как политическая социализация личности, юридический дискурс пересекается с политическим в сфере государственного законодательства. Пересечение политического и религиозного дискурса, как пишет Е.И. Шейгал, возникает в сфере мифологизации сознания, веры в магию слов, признании божественной роли лидера, использовании приемов манипулятивного воздействия и ритуализации общения. Политический дискурс граничит и со спортивно-игровым, их

сближает момент агональности (состоятельности), борьба за власть разыгрывается как состязание, как большие национальные игры, для которых важны зрелищность, определенные имиджи, формы проявления речевой агрессии и т.д. (Шейгал 2000:37-42; Карасик 2002: 234 ). Не случайно метафоры игры, спорта и боевых действий занимают важное место в корпусе политических метафор.

Художественный дискурс пересекается с политическим в таких литературных жанрах, как мемуары, документальная проза, ироническая поэзия, памфлет, в некоторых фольклорных жанрах (загадки, анекдот, пословицы и поговорки), в жанрах креолизованных текстов изобразительного и исполнительского искусства – плакат, карикатура, телепародия, кинофильм. Хотя основной функцией художественного дискурса является самовыражение, однако в тех областях художественного дискурса, которые соприкасаются с полем политики, в той или иной степени может присутствовать и социальный заказ, в том числе с целью формирования определенной ценностной картины мира в интересах господствующей идеологии, утверждения или разрушения существующих стереотипов, создания или разоблачения социально-политических мифов, критического осмысления и интерпретации прошлого с проекцией в настоящее (Шейгал 2000: 42).

Рассматривая дискурс как единство и взаимодействие текста и контекста (в русле общепринятого понимания дискурса как речи, погруженной в жизнь (Арутюнова 1990: 137)), Е. И. Шейгал в рамках широкого подхода к политической коммуникации предлагает модель не дискурса вообще, а институционального дискурса. Согласно исследователю, всякий институциональный дискурс (в отличие от лично-ориентированного общения – в бытовом или художественном дискурсе) использует определенную систему профессионально-ориентированных знаков или, другими словами, обладает собственным подязыком (специальной лексикой, фразеологией и паремиологией). Поэтому, предлагаемая автором модель институционального дискурса, в данном случае политического, включает также и язык (подязык). С учетом

значимости ситуативно-культурного контекста, модель политического дискурса может быть представлена в виде формулы: дискурс = подъязык + текст + контекст. Компонент текст в этой модели конкретизируется как творимый текст + ранее созданные тексты. Компонент «контекст» включает в себя такие разновидности, как ситуативный контекст и культурный контекст (Там же 2004: 16).

Что касается «языка политики», то под ним понимается терминология и риторика политической деятельности, где политики выступают в своей профессиональной роли (подобно дискурсам других профессиональных сфер – религия, медицина, юстиция и пр.). Как считает Е.И. Шейгал, отрицать существование языка политики нет оснований, и его следует рассматривать как один из профессиональных подъязыков – вариантов общенационального языка. Специфика профессиональных языков заключается в лексике, предназначенной для номинации референтов той или иной предметной области деятельности (Там же 2004: 20).

В то же время Е.И. Шейгал считает неправомерным говорить о каких-то грамматических особенностях, присущих языку политики, так же, как и другим специальным подъязыкам. Мы согласны с ее мнением о том, что тенденция к более активному употреблению определенных грамматических форм и конструкций еще не дает оснований говорить о наличии у того или иного подъязыка особой грамматики.

Применительно к политическому языку в литературе упоминаются такие особенности грамматики, как, например, тенденция к устранению лица при помощи номинализованных конструкций-девербатов и безагенсного пассива, инклюзивное использование личных местоимений мы, наш. Эти грамматические особенности, однако, в отличие от специальной лексики, не являются чертами, присущими исключительно политическому дискурсу, – данные формы и конструкции используются и в других видах коммуникации (с различием в частотности и прагматической ориентации) (Шейгал 2000:29-30).

С точки зрения широкого подхода к понятию дискурса, весь корпус знаков, составляющих семиотическое пространство политического дискурса, и есть то, что обычно называют языком политики. Он включает в себя специализированные знаки – как вербальные (политические термины, антропонимы и пр.), так и невербальные (политические символы и пр.), а также неспециализированные знаки, изначально номинативно не ориентированные на данную сферу общения, однако, вследствие устойчивого функционирования в ней, приобретающие свою содержательную специфику (это, в частности, относится к личным местоимениям).

Особенностью языка политики как специального подъязыка является его доступность для понимания практически всеми членами языкового сообщества как следствие деспециализации политических терминов. Именно эта черта и позволяет некоторым исследователям отрицать существование языка политики. Масштабная деспециализация в политической коммуникации связана с тем, что политика – единственная профессиональная сфера, общение в которой ориентировано на массового адресата. Политическая коммуникация не просто опосредована средствами массовой информации, но СМИ фактически являются основной средой ее существования, вследствие чего язык политики оказывается лишенным свойства корпоративности, присущего любому специальному языку (Шейгал 2000:30-31).

Примером полностью детерминологизированной политической лексики, вышедшей за пределы сферы политического общения могут служить такие слова как консенсус, диктатура, конфронтация и др.

Таким образом, в предлагаемой Е.И.Шейгал концепции институциональный дискурс оказывается предельно широким понятием, охватывающим как языковую систему (ту ее часть, которая специфически ориентирована на обслуживание данного участка коммуникации), так и речевую деятельность (в совокупности лингвистических и экстралингвистических факторов)

и текст (Шейгал 2000:26).

Рассмотрение политического дискурса в корреляции с тремя разделами семиотики: семантикой, прагматикой и синтактикой, дает автору возможность широкого подхода к исследованию политической коммуникации, включая вопросы о чем?, для чего? (с какой целью?) и как? (в каких формах?) осуществляется данный вид коммуникации.

Решающим критерием квалификации коммуникации как политической является ее содержание и цель. Основной целью политической коммуникации является борьба за власть или сохранение власти, а ее основной функцией – оказание речевого воздействия и убеждение адресата, на достижение чего и ориентируется выбор лингвистических средств. Фактор воздействия присущ также и другим видам дискурса, однако для политического дискурса он является наиболее характерным.

Как отмечает Е.И. Шейгал, содержание политической коммуникации на функциональном уровне можно свести к трем составляющим: формулировка и разъяснение политической позиции (ориентация), поиск и сплочение сторонников (интеграция), борьба с противником (агрессия как проявление агональности). Отсюда вытекает, что основным организующим принципом семиотического пространства политического дискурса является базовая семиотическая триада «интеграция – ориентация – агональность (агрессия)». Эта функциональная триада проецируется на базовую семиотическую оппозицию политического дискурса «свой – чужие», которая, будучи культурной константой, является одним из важнейших противопоставлений в жизни и устройстве общества, сохраняющих свое значение на протяжении веков наряду с другими концептуальными оппозициями, отражающими архетипные представления об устройстве мира («мужской – женский», «старший – младший», «верх – низ», «жизнь – смерть», «свет – тьма» и др.) (Шейгал 2000: 150). При этом, как отмечает автор, любые ценностные противопоставления в политическом дискурсе являются вторичными по отношению к оппозиции «свой – чужой» («друг –

враг»), производными от нее (Там же).

Относительно базовой семиотической триады (ориентация, интеграция, агональность) структурируется и жанровое пространство политического дискурса. По характеру ведущей интенции разграничиваются: а) ритуальные жанры (инаугурационная речь, юбилейная речь, традиционное радиообращение), в которых доминирует фатика интеграции; б) ориентационные жанры, представляющие собой тексты информационно-прескриптивного характера (партийная программа, манифест, конституция, послание президента о положении в стране, отчетный доклад, указ, соглашение); в) агональные жанры (лозунг, рекламная речь, предвыборные дебаты, парламентские дебаты) (Там же: 11).

К центральным, прототипным относятся первичные, сугубо институциональные жанры, в полной мере соответствующие основной интенции политического дискурса – борьбе за власть: парламентские дебаты, публичная речь политика, лозунг, декрет, переговоры. Периферийные жанры находятся на стыке с другими типами дискурса и, как правило, являются вторичными жанрами, имеющими респонсивный характер и представляющими собой реакцию на речевые действия, совершенные политиками в первичных жанрах. К ним относятся интервью, мемуары политиков, аналитические статьи, письма читателей, разговоры о политике, граффити, а также смеховые жанры (политическая карикатура, пародия, анекдот и т.д.) (Там же: 43, 388). В данной работе рассматриваются оба вышеуказанных жанра.

Из отмеченных В.В.Виноградовым трех функций языка: общения, сообщения и воздействия в политическом дискурсе центральная роль принадлежит функции воздействия, поскольку речь политика нацелена не столько на передачу какой-либо информации или общения с адресатом, сколько именно на оказание влияния на аудиторию.

Р. Якобсон разграничивает шесть функций языка в зависимости от ориентации на один из компонентов коммуникации:

адресант, адресат, референт, сообщение, контакт, код (Якобсон 1975: 198). Все из указанных функций в той или иной мере используются в политической коммуникации: коммуникативная (референтная, денотативная) функция ориентирована на референт, эмотивная/экспрессивная функция соотносится с автором-отправителем сообщения; фатическая функция связана с установлением контакта, метаязыковая функция направлена на толкование и раскрытие свойств кода, поэтическая функция сосредоточивает внимание на сообщении ради него самого, придании речи выразительности и яркости с целью запоминания и воздействия (отсюда использование в политическом дискурсе разнообразных стилистических средств).

Функцию, ориентированную на адресата, Р. Якобсон называет конативной, или апеллятивной, выражающей идею реализации воли, интенции отправителя сообщения, его воздействия на адресата. В данном случае речь идет о побудительной функции, которую Е.И.Шейгал называет «регулятивной функцией», подчеркивая тем самым роль языка в регуляции поведения адресата (путем побуждения к действию или ответу на вопрос, путем запрета действия или сообщения информации с целью изменить намерения адресата совершить определенное действие и т.п.). В политическом дискурсе ведущей является именно побудительная функция, заключающаяся в оказании воздействия на адресата с целью завоевания и удержания власти.

Согласно Е.И. Шейгал, функциональная специфика политического дискурса по отношению к другим видам дискурса проявляется в его базовой инструментальной функции – борьбе за власть. Все основные функции политического дискурса, являющиеся аспектами проявления борьбы за власть, могут быть попарно сгруппированы в пять блоков, в рамках которых они связаны либо отношением противопоставления, либо отношением логического следования: интеграции и дифференциации групповых агентов политики; агональности и гармонизации (конфликт и консенсус); акциональной и информационной функций

(осуществление политиками политических действий и информирование о них); интерпретации и ориентация (создание «языковой реальности» поля политики и обеспечение существования в данной реальности); контролирующей и побудительной функций (манипуляция сознанием и стимулирование действий электората) (Шейгал 2000: 57-58).

Главным системообразующим признаком политического дискурса является его институциональность, т.е. дискурс, осуществляемый в общественных институтах (парламент, правительство и др.), общение в которых является составной частью их организации. При этом многие исследователи политического дискурса отмечают в нем примат ценностей над фактами, преобладание воздействия и оценки над информированием, эмоционального над рациональным. В отличие, например, от языка науки, предметом которого является объективная реальность, а целью – определение истины, политический язык преимущественно побудителен, нацелен на оказание влияния, стимулирование и воодушевление адресата (Там же: 61).

В политическом дискурсе соотношение информативности (важнейшим критерием которой является небанальность, содержательная новизна информации), с одной стороны, и фатичности, экспрессивности, эмотивности, – с другой варьируется в зависимости от жанра. Фатичность как антипод информативности (банальность содержания/отсутствие новизны) коррелирует с ритуальностью коммуникации: их сближает отсутствие установки на новизну, стремление к стандартности и стереотипности. Преимущественно фатически ориентированными являются жанры ритуальной коммуникации, в частности, инаугурационное обращение и прощальная речь президента. Ритуальные речевые акты отличает фиксированность формы и «стертость» содержания, т.е. незначимость собственно вербальной стороны высказывания. Ритуал противопоставлен диалогу как свободному обмену мнениями, его функция заключается не в выяснении позиции собеседника, а в обозначении того, что положение дел остается



прежним, что все «играют в одну игру» и вполне удовлетворены ею. Принятие участия в ритуале есть не что иное, как периодическая «клятва на верность» социуму (Там же).

В публицистических выступлениях в парламенте (в отличие от митинга) информативность должна преобладать над экспрессивностью. Безусловно, в митинге больше экспрессии и фатики, нежели информативности. Что касается парламентских слушаний, то соотношение информативности и мотивности / экспрессивности зависит от тематики обсуждения. Информативная функция явно превалирует, когда идет рутинная законотворческая деятельность, однако когда в повестке дня стоят «горячие», сугубо политические вопросы на первый план выходит агональная функция политического дискурса и информативность уступает место экспрессивности.

Поскольку власть как психологический феномен включает иррациональный и эмоциональный уровни (Водак 1997: 79), общение на политические темы никогда не бывает нейтральным или объективным, ему свойственна оценочная акцентированность, пристрастность, аффективность. Даже тексты новостей, по определению претендующие на беспристрастность и объективность, формулируются в рамках определенного идеологического фрейма интерпретации (Шейгал 2000:62).

Таким образом, можно предположить, что варьирование по линии «информативность – эмотивность / экспрессивность» обусловлено не только жанром, но и тем, какая функция политического дискурса превалирует в том или ином конкретном дискурсном событии (Шейгал 2000:67).

В этой связи Е.И. Шейгал, рассматривая, например, употребление термина «агрессия НАТО» в связи с войной НАТО против Югославии, отмечает, что данное словосочетание не просто маркировано отрицательной оценочностью за счет компонента «незаконное применение силы» в значении слова агрессия – его характеризует чрезвычайно высокий градус инвективной эмотивности и экспрессивности. Однако, если его употребление

уместно в полемике и агональных жанрах, то его использование не только нежелательно и неуместно, но и абсолютно несовместимо с жанром переговоров, нацеленным на установление консенсуса (Шейгал 2000:67).

В то же время в политическом дискурсе использование того или иного термина или его интерпретация зависит от политической позиции и интересов адресанта. Так, воссоединение Крыма с Россией в официальных речах политиков Западных стран, в том числе США, трактуется как результат «агрессии» или «интервенции» России, что не соответствует оценке событий со стороны самой России, которая трактует их с позиции волеизъявления населения Крыма и с учетом исторического контекста. Кардинально противоположные оценки одного и того же события свидетельствуют об отсутствии взаимопонимания сторон, являющееся обязательным условием успешности процесса коммуникации, в данном случае межкультурной.

В политическом дискурсе наблюдается конфликт двух тенденций – к понятийной точности и к смысловой неопределенности. С одной стороны, язык политики – такой же профессиональный подъязык (*language for special purposes*), как, например, язык медиков, юристов, военных и т.д. и, будучи таковым, он должен стремиться к точности обозначения. В то же время номинативная точность как свойство специального подъязыка в языке политики подавляется его прагматически обусловленной смысловой неопределенностью (Шейгал 2000: 67).

Как отмечает М.В. Гаврилова, смысловая неопределенность политического дискурса обусловлена рядом семантических и прагматических факторов.

1. Абстрактность и широта значения. Политики часто пренебрегают уточняющими определениями, которых требуют слова с абстрактными значениями (например, демократия вместо репрезентативно парламентская демократия). Слова широкой семантики типа процесс, явление, миссия вследствие своей референциальной неопределенности допускают широкий «разброс»

в интерпретациях.

2. Сложность значения, обусловленная сложностью самого денотанта. Многие единицы политического языка, обозначающие комплексы идей, весьма отдаленных от непосредственного опыта человека, трудность понимания таких слов проистекает из сложности внеязыковой действительности, например, дефолт, импичмент.

3. Размытость семантических границ у слов градуальной семантики, в частности, отсутствие четких различий в обозначении политических ориентаций по шкале: реакционный – консервативный – либеральный – прогрессивный – радикальный.

4. Относительность обозначения, т.е. зависимость выбора номинации от политической позиции говорящего: одна и та же платформа с позиции одного человека может быть названа реакционной, а с позиции другой – либеральной (Гаврилова 2008: 7).

Комментируя приведенное толкование относительности следует подчеркнуть, что в политическом дискурсе «позиции одного человека» не существует, поскольку политические ценности всегда имеют групповой характер. Поскольку в политическом дискурсе важна не столько точность, сколько общность оценок с позиций группы, особую значимость приобретает аффективно-оценочная составляющая, нередко подавляющая собственно информационную сторону политической коммуникации, что тоже выступает как фактор ее смысловой неопределенности (Шейгал 2000: 69).

Помимо смысловой неопределенности, одной из главных характерных особенностей политической коммуникации является ее неоднозначность, возможность ее вариативной интерпретации. Как отмечает В.Е. Чернявская, язык как семиотическая система закладывает возможность вариативного отражения объективной действительности средствами этого языка. При общем денотативном значении слова возможны различия в его коннотациях – дополнительных эмоционально-оценочных субъективно-личностных значениях. План содержания и план выражения высказывания не являются зеркальными, совпадающими один к

одному; глубинная и поверхностная структура высказывания не тождественны. Наличие эксплицитного, выраженного средствами языка, и имплицитного – скрытого, не выведенного в поверхностную структуру – компонентов является предпосылкой и источником неоднозначной вариативной интерпретации (Чернявская 2006: 14).

Выделяя речевой аспект в проблеме власти и воздействия, автор подчеркивает его интенциональный характер, т.е. осознанность, целенаправленность речевых действий. Ведь, (социальное) воздействие может осуществляться через властные, институциональные ресурсы, посредством убеждения, логического обоснования необходимости чего-либо и, наконец, через уговаривание, обольщение, соблазнение другого (о разграничении намеренного (интенционального) воздействия). Эффект речевого воздействия является, таким образом, результатом и следствием возможной вариативности языкового формулирования и соответственно интерпретации.

Вариативность языкового формулирования может быть значима как выражение определенной идеологически, социально, исторически обусловленной позиции субъекта речи, взаимодействующего со своим адресатом. Воздействие на воспринимающее сознание может оказываться особым речевым формулированием, нацеленным на внедрение в сознание другой личности определенных оценок, мнений, отношений. Это происходит не всегда прямо и необязательно связано с ложным, искажающим факты изложением. Очень часто язык используется в качестве инструмента власти, в частности, в ходе речевого манипулирования, которое позволяет манипулировать сознанием и поведением человека.

Манипулятивность, как и неоднозначность, является характерной особенностью политического дискурса. В.Е. Чернявская понимает манипуляцию как речевое воздействие, направленное на неявное, скрытое побуждение адресата к формированию отношений, служащих осуществлению интересов

отправителя сообщения, которые необязательно совпадают с интересами адресата. Цель речевой манипуляции – склонить манипулируемое лицо (адресата) к тому, чтобы принять определенные высказывания за истинные без учета всех аргументов. В процессе речевой манипуляции участник коммуникации управляется и направляется в формировании его отношения, не осознавая действительных условий и целей коммуникационной ситуации. Речевая манипуляция, таким образом, не тождественна понятию лжи как полному искажению действительности, выдумке, вымыслу.

Речевую манипуляцию следует также отличать от понятия «пропаганда» как особого типа воздействия на сознание. Пропаганда – это идеологическое воздействие, результаты которого имеют мировоззренческий эффект. Это процесс превращения идеологии в систему убеждений, достояние сознания каждого отдельного человека, направленное на то, чтобы повысить и направить в определенное русло социальную активность этого человека, коллектива, общества в целом. Пропаганда в строгом смысле означает распространение идей, взглядов какого-либо класса или политической партии с установкой на мировоззренческое воздействие (Там же: 20).

Относительность обозначения коррелирует с понятием идеологической полисемии, под которой понимается использование одних и тех же слов представителями разных идеологий для обозначения разных понятий. Она является следствием возникновения групповых коннотаций, выражающих интерпретацию политической реальности с позиции той или иной социальной группы (демократия, свобода, солидарность, либерал, консерватор и т.д.). Суть идеологической коннотации заключается в закреплении в качестве компонента смысловой структурой слова одного из звеньев базовой семантической оппозиции политического дискурса – свой/чужой. Идеологические коннотации неизбежно сопровождаются достаточно прозрачными оценочными импликациями свой (друг) – хороший, чужой (враг) – плохой.

(Гаврилова 2008: 7-8).

В политическом дискурсе оппозиция «свои – чужие»<sup>1</sup> реализуется как эксплицитно, при помощи специальных маркеров, так и имплицитно – в виде идеологической коннотации политических терминов, через тональность дискурса, его подчеркнутую этикетность или анти-этикетность, а также целенаправленный подбор положительной или отрицательной оценочной лексики. «Свои» часто маркируются возвышенной лексикой и торжественно-приподнятой тональностью, в то время как для указания на «чужих» используется сниженная лексика и презрительно-саркастическая тональность (графическим эквивалентом которой являются кавычки).

Определяя специфику политического дискурса, данная оппозиция проецируется на все содержание политической коммуникации, которое на функциональном уровне можно свести к трем составляющим: формулировке и разъяснению политической позиции (ориентация), поиску и сплочению сторонников (интеграция), борьбе с противником (агональность). Соответственно, в политическом дискурсе, можно разграничивать три типа знаков – знаки ориентации, интеграции и агональности.

Ориентироваться в поле политики – значит знать, с кем ты и против кого, а также за что и против чего бороться. Функцию ориентации в политическом дискурсе выполняют знаки, отсылающие к основным компонентам мира политического: политическим субъектам и политическим ценностям (идеологиям). Специализированными знаками ориентации, выступающих в качестве знаковых репрезентантов политических субъектов, являются наименования политических институтов, имена политиков, исполняющих институциональные роли, номинации социокультурных локусов - мест пребывания властных органов.

Номинации субъектов политики ассоциативно связаны с номинациями политических ценностей и соотносятся с базовой шкалой политических ориентации, традиционно выражающихся в терминах пространственных метафор, являющимися

межкультурными универсалиями: правые, левые, правые, центр и пр. Шкала политической ориентации, помимо пространственных, традиционно задается также в цветовых терминах (белые, красные, коричневые, зеленые и т.п.) (Там же: 152).

К специализированным знакам интеграции с инвариантным компонентом «свои» относятся в первую очередь невербальные знаки – национально-государственные символы (флаг, герб, гимн), выполняющие функцию самоидентификации нации, а также эмблемы, выражающие групповую идентичность (напр., эмблемы политических партий и движений), портретные и скульптурные изображения политических деятелей, ритуальные поведенческие знаки (возложение венков, «выход вождя в народ») и т.д.

К специализированным вербальным знакам интеграции, позволяющим политикам отождествлять себя с аудиторией, апеллировать к общей национальной, статусной и прочей социальной принадлежности, относятся маркеры «своих»;

- инклюзивное мы;
- лексемы единения и совместности (вместе, все, наш, единство, единый, блок, союз, объединение);
- лексические единицы с компонентом совместности, выступающие в функции вокатива с коннотацией «я свой» (друзья, товарищи, братья и сестры, дамы и господа, сограждане, россияне, коллеги, земляки);
- формулы причастности (как и все ...);
- грамматические формы непрямого императива (1-е л. мн. ч.) со значением включения в сферу его действия говорящего (Давайте сделаем нашу Родину сильной... Не позволим агрессорам...).

Интегрирующую функцию выполняют лозунги и девизы: выражая руководящую идею, цель политической борьбы, они призваны сплотить приверженцев данной идеи, дать им возможность испытать и выразить чувство социальной солидарности (Работают бесплатно только рабы. Мы не рабы!).

В процессе общения, особенно при манипулятивном

воздействии, чрезвычайно важно установление контакта, создание видимости общих интересов, что позволяет провоцировать у партнера чувство солидарности и готовность действовать по удобной манипулятору схеме. Этот прием, называемый в нейролингвистическом программировании «присоединением», широко используется в политической демагогии при обращении лидера к народу в целях отождествления себя с аудиторией («я такой же, как вы»), например: Ваши беды и заботы – мои беды и заботы (Там же: 160).

Вербальная агрессия традиционно связывается с использованием бранных инвектив. Однако брань, на взгляд Е. И. Шейгал, не является специализированным знаком агрессии в политическом дискурсе. Коммуникативные нормы институционального общения не приемлют бранной инвективности, и ее следует рассматривать как прагматическое заимствование из сферы бытового общения. К специализированным знакам агрессии в политическом дискурсе относятся, прежде всего, маркеры «чуждости», в том числе полнзначные знаки, содержащие компонент дистанцирования: эти, они, там, заморские, заграничные и др.; показатели умаления значимости: всякие, разные, какой-нибудь там; показатели недоверия к оппоненту, сомнения в достоверности его слов: кавычки и лексические маркеры якобы, так называемый, пресловутый.

Вербальная агрессия в политическом дискурсе осуществляется при помощи определенных лексических единиц и речевых действий, обычно называемых инвективной лексикой (мошенник, предатель, провокатор и т.д.) и выполняющих речевую функцию нанесения оскорбления. Однако, современная речевая культура в целом не поощряет использования грубых, открытых форм агрессии в публичной коммуникации. Как отмечает Е.И. Шейгал, более «цивильной» формой речевого насилия и специфическим для политического дискурса видом инвективы является навешивание ярлыков, которое, есть не что иное, как маркирование социокультурных различий, как проявление



нетерпимости к иному (Там же: 163).

Будучи разновидностью лексической инвективы, ярлык отличается от других инвективных средств рядом признаков. Для него характерна идеологизированность, субъективность и предубежденность. Суть ярлыка заключается в его обвинительной направленности: становясь ярлыком, имя используется не столько для характеристики денотата и отнесения его к классу, сколько для обвинения в опасных для общества свойствах. Наиболее распространенные ярлыки – политические термины, прежде всего, официальные и экспрессивно-разговорные названия политических партий и движений – большевики, фашисты, красно-коричневые, национал-патриоты, а также наименования политиков по их действиям и стилю поведения: диктатор, оккупант, сепаратист, экстремист, популист и др.

Одним из распространенных средств, используемых в качестве политического ярлыка, являются этнонимы (в качестве врага выступает представитель иной этнической группы). Для политического дискурса националистической ориентации характерна политизация этничности, т. е. замещение оппозиции МЫ – ОНИ с политической на этническую, причем во втором звене этой оппозиции реализуются все разновидности этнической неприязни: этнофобия (собственно этнонимы), региональный негативизм (азиаты, кавказцы), конфессиональный негативизм (иноверцы, иудеи, сионисты, мусульмане), ксенофобия (инородцы, нацмены). Следует учитывать, что в ассоциативную зону этнонимов, используемых в качестве политического ярлыка, входят ментальные стереотипы, в основе которых зачастую лежат эмоции враждебности и чуждости, что не может не приводить к межкультурным конфликтам.

Как отмечает Е.И. Шейгал, знакам агрессии, так же как и знакам интеграции, свойственно преобладание фатики над информативностью: знаки интеграции направлены на поддержание и укрепление отношений консенсуса между агентами политики, а знаки агрессии – на усиление конфликтных отношений. При этом,

границы между тремя функциональными типами знаков не являются жестко фиксированными. Эволюция прагматики знаков делает возможным семиотическое преобразование одного типа в другой. Основным направлением этой эволюции является движение от информатики к фатике (выхолащивание дескриптивного содержания и усиление прагматического), т. е. превращение знаков ориентации либо в знаки интеграции (приобретение идеологической коннотации «свои» и положительной эмотивности), либо в знаки агрессии (приобретение идеологической коннотации «чужие» и отрицательной эмотивности) (Шейгал 2000: 381-382).

Как уже отмечалось, системообразующие признаки политического дискурса, помимо семантических факторов, бывают обусловлены также и прагматическими факторами. Например, политический дискурс в тоталитарных системах, причем независимо от их левого, правого или центристского толка, отличается от дискурса в демократических системах, что было блестяще показано Дж.Оруэллом в его романе «1984» и повести «Скотный двор» (Orwell 2008, 1973; Joseph 2006: 121).

В тоже время, следует отметить, что исходя из политических, а на международной арене и геополитических интересов в схожих ситуациях политики могут прибегать к отставиванию разных позиций, разных идей и принципов, использовать в речи разные доводы и аргументы. Это наглядно можно проследить на примере использования двойных стандартов в связи с понятиями целостности государства и неизбежности границ и принципа права народов на самоопределение вплоть до отделения.

Помимо вышеуказанного, существует целый ряд других прагматических факторов, заставляющих политиков стремиться не к снятию, а к сохранению неопределенности понятийного содержания слова. Среди них выделим главную роль, которую занимает побудительная и воздействующая функция политического языка, при которой главной целью становится не объяснение или уточнение понятийного содержания термина, а провоцирование желаемой реакции адресата.

Как отмечается в литературе по политической лингвистике, суть политической борьбы состоит в борьбе за присвоение языковых символов, за право определять (и тем самым контролировать) их содержание (Green 1987: 2; Шейгал 2000: 70). Поэтому в политической борьбе важно первым интерпретировать то или иное понятие или событие, в том числе и потому, что убеждать всегда легче, чем переубеждать.

Неопределенность выступает как важнейший инструмент манипулирования и лежит в основе следующих стратегий: 1. Вуалирования, затушевывания нежелательной информации; 2. Мистификации, сокрытия истины; 3. Анонимности, деперсонализации как приема снятия ответственности. Другими факторами является стремление спасти лицо в случае невладения достаточной информацией по конкретному вопросу, потребность избегания конфликтности в общении, стремление избежать контроля за своими действиями, ибо использование многозначных и неопределенных понятий, например в программах, трудно поддаются верификации в плане их выполнимости (Гаврилова 2008: 8-9). Вышеуказанные факторы заставляют политиков стремиться не к снятию, а к сохранению неопределенности понятийного содержания знаков.

Говоря о «воздействии» и связанных с ним коммуникативных эффектах, т.е. об изменении отношений, взглядов, оценок, в целом – поведения личности, В.Е.Чернявская выделяет еще один стоящий перед исследователями вопрос: как соотносятся рациональная и эмоционально-субъективная сторона в рече-коммуникативном процессе воздействия одного субъекта на другой? Какую роль играют убеждение, опора на аргументы, на интеллектуальную сферу человека и внушение, опора на эмоциональные оценки, стереотипы, воображение при достижении указанных коммуникативных эффектов? Фактически это проблема связи «ума и чувства», восходящая к представлениям Аристотеля в античной риторике о трех рычагах воздействия на слушателя<sup>2</sup>.

Определяя риторику как способность нахождения

возможных способов убеждения, Аристотель, как известно, делил все возможные аргументы выступающего всего на 3 группы: этос (ethos), логос (logos) и пафос (pathos). Критерием этого деления выступают разные начала человека: чувственное, умственное и нравственное, – которые он использует для убеждения слушателей. Соответственно, этос – это нравственное начало; логос – мысль, заключенная в речи; пафос – чувство, вложенное в речь.

Многие исследователи продолжают анализировать современный политический дискурс на основе данного деления. При этом, как подчеркивают некоторые авторы, не всегда, например, морально-нравственная риторика (ethos) политических деятелей отражает их личные морально-нравственные и религиозные убеждения. Более того, использование в речи морально-нравственных постулатов оказывается более эффективным тогда, когда оно является результатом заранее продуманного тактико-стратегического плана, а не спонтанного решения, принятого без учета конкретного коммуникативного контекста (Shogan 2007: 19, 41). На основе количественного анализа речей американских президентов К.Шоган проследил связь снижения воздействия их морально-нравственной риторики (этоса) в те времена, когда их самих обвиняли в нарушении морально-нравственных норм или в условиях снижения их политической легитимности. В тех же случаях, когда коммуникативный контекст не учитывался, происходили коммуникативные неудачи, как это произошло с Дж. Картером, любившим произносить нравоучительные речи, но не всегда тогда, когда это было уместным. В итоге он проиграл президентские выборы другому любителю нравоучений – Р. Рейгану, который, однако, благодаря последним, в отличие от Дж. Картера, получил титул «Великого коммуникатора» (“Great Communicator”) (Ibid.: 73-80). Вышеуказанные наблюдения подтверждают отмеченное в «Риторике» Аристотеля положение о том, что убеждающая сила речи зависит во многом от морально-нравственных характеристик самого оратора, его авторитета, влияния и знаний (этос).

Точно также, по мнению К.Шоган, стратегический подход необходим и при использовании других способов риторического воздействия, например, при проявлении эмоций (пафос). Как пишет автор, политическому лидеру зачастую бывает очень сложно определить «какой уровень эмоциональности может соответствовать конкретной риторической ситуации и лишь рассудительность может помочь ему сделать правильный выбор» (Ibid.: 11).

Между тем, как доказывается в различных психологических концепциях, всякое поведение имеет две стороны – когнитивную и эмоциональную. Не существует возможности резкого разделения эмоции и рациональной оценки, мнения. Они сливаются в сложно-структурированный ментальный комплекс. В связи с изучением феномена языкового воздействия в современной лингвистике вошли в научный оборот два термина: «суггестивность» и «персуазивность», обозначающие особые направления в изучении и научном описании характера языкового воздействия.

Так, персуазивность (персуазия) обозначает воздействие автора устного или письменного сообщения на его адресата с целью убеждения в чем-то, призыва к совершению или не совершению им определенных действий. Коммуникативный процесс, называемый персуазивным, представлен такими ситуациями, в которых люди сознательно продуцируют сообщения, нацеленные на то, чтобы вызвать определенное поведение реципиента (группы реципиентов) или повлиять на его точки зрения, установки.

При осуществлении персуазивного речевого акта с очевидностью просматриваются две коммуникативно-прагматические интенции: (1) воздействовать средствами языка на сознание адресата, его мнения, оценки; (2) побудить его к совершению определенных действий, так или иначе изменить, направить его поведение.

Персуазивность отличается от суггестивности, суггестии, под которой понимают скрытое воздействие, в первую очередь словесное, воспринимаемое без критической оценки, принимаемое на веру, – внушение, наведение на мысли. Отсутствие контроля со

стороны сознания (ослабленный контроль) при получении и обработке информации – отличительное свойство суггестии.

Как отмечает В.Е. Чернявская, между этими двумя исследовательскими подходами не существует, однако, абсолютно четких, непреходимых границ. Различные авторы считают, что персуазивное воздействие предполагает достижение желаемой цели через убеждение с опорой на рациональное обоснование, не исключая, но, наоборот, предполагая и учитывая эмоционально-оценочные средства воздействия, т.е. субъективные факторы. Очевидно, что персуазивные эффекты достигаются и с помощью классических риторических средств и приемов, ставших каноническими: аллегоризации, генерализации, сравнения, анонимизации, деконкретизации и др. (Чернявская 2006: 26-27).

Термины «персуазивность», «персуазивная коммуникация» и стоящая за ними концепция представляются исследователям предпочтительными в операциональном анализе стратегий, форм и средств манипулятивного воздействия. Согласно В.Е. Чернявской, персуазивность не сводится и не подменяется аргументированием, поскольку персуазивная коммуникация реализуется не только с опорой на рациональное, на систему доказательств в соответствии с теорией аргументирования. Персуазивность не сводится только к классическим риторическим приемам и средствам образности и не тождественна отдельным директивным, аппелятивным, императивным речевым актам. Механизмы персуазивности имеют интегративный комплексный характер, осуществляются в единстве рационального и аффективно-чувственного начал. Точкой отсчета, пусковым механизмом персуазивного процесса является речевое высказывание/текст, но осуществление персуазивного процесса происходит на ментальном уровне, «в голове реципиента», а именно тогда, когда адресат «присвоил» те значения, цели, оценки, которые были приписаны определенным сообщениям в условиях свободы выбора (Там же: 28).

О речевых манипуляциях возможно и оправданно говорить применительно к средствам массовой информации, в особенности

политической и рекламной коммуникации, но неверно – по отношению к художественной литературе. Специфический, эгоцентрически обусловленный характер воздействующей силы художественно-эстетической коммуникации позволяет внушать человеку определенное эмоциональное состояние, формировать его ассоциативное мировоззрение, стимулировать к размышлениям. Поэтому в художественной коммуникации следует говорить скорее о суггестивном влиянии, связанном с созданием определенного настроения, с внушением, влиянием в первую очередь на образное сознание. В конечном счете достигается или может достигаться определенное ассоциативно-творческое переосмысление мира и личности как части мира. Персуазивность же и, в частности, речевые манипуляции как ее инструментальное выражение в речевом высказывании / тексте нацелены на изменение (усиление или ослабление) определенной социально-индивидуальной позиции. При этом характер вербальных и невербальных действий адресата прогнозируется и моделируется (!) в нужном отправителю сообщения (манипулятору) направлении. Для этого задействуется очень широкий спектр лингвистических средств, не исчерпывающийся, как уже отмечено, только лишь средствами образности, смыслового и структурного выделения и т.п. (Там же: 29).

В целом исследователи к числу системообразующих характеристик политического дискурса относят следующие: а) преобладание массового адресата; б) доминирующая роль фактора эмоциональности и значительный удельный вес фатического общения; в) смысловая неопределенность, связанная с фантомностью ряда денотатов и фидеистичностью; г) эзотеричность как результат использования манипулятивных стратегий, важнейшими из которых являются эвфемизация, намеренная уклончивость, намек и ссылки на слухи; д) опосредованность политической коммуникации фактором масс-медиа; е) театральность, необходимость политиков «работать на публику», привлекая ее своим имиджем; ж) динамичность языка политики,

обусловленная злободневностью отражаемых реалий и изменчивостью политической ситуации (Шейгал 2000: 9).

Согласно Е.И. Шейгал, в демократических системах политический дискурс больше тяготеет к научному, а в тоталитарных – к религиозному. Соответственно в демократическом политическом дискурсе, по сравнению с тоталитарным, информативность превалирует над фатикой и ритуальностью, рациональность над эмоциональностью, трезвый скепсис над фидеистичностью и слепой верой, логика аргументации над внушением и суггестивностью, примат референтной функции над приматом побудительной функции, реальный денотат над фантомным денотатом, ясность над эзотеричностью, диалогичность над монологичностью, сокращение дистанции (интимизация общения) над увеличением дистанции (авторитарностью общения), динамичность над косностью и консерватизмом (Шейгал 2000: 92).

В отличие от повседневной речи, политическая коммуникация – это совсем другой тип коммуникации, где говорящий должен обладать определенными полномочиями. Он может выражать свое частное мнение и представлять себя как частное лицо, но, как правило, говорящий имеет определенный статус и выражает групповые интересы. В тоже время сам отправитель сообщения бывает не всегда понятным вследствие использования местоимения *we*, которое может иметь как инклюзивное, так и эксклюзивное значение. Речевой акт в политическом дискурсе может иметь сразу нескольких адресатов (как, например, в обращениях американских президентов по поводу дня памяти геноцида армян в Османской империи 1915 г. (*Armenian Remembrance Day*), которые (армяне в США, армяне в Армении и турки), при общей оценке и отсутствии предметных лексических единиц (*Meds Yeghern* вместо *genocide*) могут интерпретировать в зависимости от собственных интересов.

Таким образом, для политического дискурса характерен примат ценностей над фактами, преобладание воздействия и оценки над информированием, эмоционального над рациональным. Характерными признаками языка политики, являются смысловая



неопределенность (политик часто предпочитает высказывать свое мнение в максимально обобщенном виде), фантомность (многие знаки политического языка не имеют реального денотата), фидеистичность (иррациональность, опора на подсознание), эзотеричность (подлинный смысл многих политических высказываний понятен только специалистам), дистанцированность и театральность (Шейгал 2000: 61; Чудинов 2003: 19). Все эти факторы реализуются в политической коммуникации для достижения ее главной цели – оказания прямого или косвенного влияния на формирование нужного для адресанта мнения и поведения реципиента, необходимого для распределения власти, ее удержания и использования.

## **2. Лексико-стилистические особенности политической коммуникации**

Политическая коммуникация относится к публицистическому стилю речи, который служит для воздействия на людей главным образом через средства массовой информации. Он встречается как в жанрах статьи, очерках, интервью и др., так и в жанре ораторской речи и характеризуется наличием общественно-политической лексики, логичностью и эмоциональностью. При этом, в отличие от научного стиля, информация в политической коммуникации предназначается как для узкого круга специалистов, так и для широких слоев общества, причем воздействие направляется не только на разум, но и на чувства адресата. Характерными стилевыми чертами политической коммуникации помимо логичности, являются образность, эмоциональность, оценочность, призывность.

Речевое воздействие в политической коммуникации реализуется с помощью лингвистических (лексических, фразеологических, синтаксических), экстралингвистических (интонация) и паралингвистических (мимика, жесты, позы) единиц. Предметом нашего изучения в данной работе являются языковые единицы, относящиеся к лексическому уровню политической речи.

Наряду с изучением лексических особенностей политического дискурса рассматривается также метафорическая концептуализация политического языка, характерные для него стилистические приемы, обеспечивающие образность речи и ее персуазивность.

Задача политической коммуникации – это сообщить информацию, воздействовать на массового адресата, сформировать у него определенное отношение по тому или иному вопросу или проблеме. При этом характерной чертой политической коммуникации являются всевозможные манипуляции, чему способствует широкое употребление абстрактных слов с общественно-политическим значением, как, например, демократия, толерантность, гуманность, народность, гласность, прогрессивный, миролюбивый и т.д.

В составе политического дискурса можно обнаружить различную лексику: терминологическую (идеологемы), просторечную, жаргонную, клише, фразеологические обороты и др. Следует различать политическую лексику и политологическую терминологию. Политологическая терминология, как и всякая терминология, в полной мере известна только специалистам, она не относится к общеупотребительному словарному фонду и используется только в научных и иных специальных текстах, ориентированных на специалистов по политологии. Политическая лексика – это тематическое объединение общеупотребительных слов, которые должны быть понятны всем (абсолютному большинству слушателей). Политическая лексика постоянно обогащается за счет политологической терминологии: например, еще полтора десятилетия назад такие слова и выражения, как *consensus*, *impeachment*, *ombudsman* были понятны только специалистам. Сейчас эти обозначения стали общеизвестными, то есть произошла деспециализация термина, превращение его в общеупотребительную единицу лексико-фразеологической системы. Одновременно постоянно идет процесс пополнения политической лексики: новые явления на мировой арене и в жизни отдельно взятой страны требуют появления неологизмов. Примером могут служить

такие неологизмы как European Comission, OSCE, BRICS, Obamacare, Brexit, Axis of Evil, September 11, Football Diplomacy, Федеральное Собрание, ЕАЭС и т.д..

Границы между политической лексикой и политологической терминологией, между политическими неологизмами и политическими архаизмами достаточно условны: не всегда возможно определить рубеж, на котором слово становится общепотребительным или перестает быть таковым, превращается в архаизм или вновь оказывается вполне современным (Современная политическая коммуникация 2009: 72-73). Это особенно характерно в периоды кардинальных общественных перемен. Например, такие слова как губернатор, Государственная Дума, департамент, мэр, в русском языке, նարպետ, նարպետարան, համայնքի ավագանի, քաղաքապետ, գյուղապետ и др. – в армянском, в постсоветский период из категории устаревших слов, историзмов или архаизмов перешли в категорию общепотребительных, а такие слова как советы, исполком, райком, горком, горсовет и т.д. вышли из общего употребления .

Идеологема – это слово, в значение которого входит идеологический компонент. Следует различать два основных вида идеологем. В первом случае имеется в виду слово, смысловое содержание которого неодинаково понимается сторонниками различных политических взглядов. Особенно часто эти различия связаны с эмоциональной окраской слова, на которое переносится оценка соответствующего явления. Например, в политической речи советского периода были активны идеологемы буржуазия, демократия, капитализм, коммунизм, народ, пролетариат, свобода, социализм. При этом безусловно положительную оценку несли идеологемы социализм, коммунизм и пролетариат; соответственно отрицательно оценивались капитализм и буржуазия. У политических оппонентов Советского Союза оценки социализма, коммунизма и капитализма были прямо противоположными, а слова пролетариат и буржуазия использовались без оценочных наслоений

(Современная политическая коммуникация 2009: 74).

Понимание одного и того же слова нередко зависит от политических убеждений говорящего. Например, как коммунисты, так и их противники были согласны в том, что высшая ценность – это *свобода*, но каждый по-своему понимал, что такое *свобода* и как ею пользоваться. Коммунисты связывали свои идеалы с борьбой за счастье *народа*, однако, обычно, говоря о народе, они имели в виду главным образом людей физического труда, а для их оппонентов народ – это все жители страны.

Второй тип идеологем – это наименования, которые используются только сторонниками определенных политических взглядов, соответствующие наименования передают специфический взгляд на соответствующую реалию. В тоталитарных государствах нередко предпринимаются попытки прямо или косвенно регламентировать использование тех или иных слов и выражений.

В речевой практике постсоветского периода начали активно использоваться такие идеологемы, как *человеческий фактор*, *общечеловеческие ценности*, *правовое государство* и др. Подобные слова не просто вводят новые понятия или предлагают новые названия уже известным феноменам, но отражают определенные политические взгляды, способствуют идеологическому воздействию на адресата, рождению новых политических мифов. Регламентация в использовании идеологем часто интерпретируется как проявление «новояза», средства создания некоей иллюзорной действительности (по Дж. Оруэллу). При этом, элементы «новояза» (под другими названиями) при желании можно обнаружить и в странах, считающихся образцом демократии. Например, в Соединенных Штатах изменение наименований некоторых политических реалий проходит в рамках кампании по борьбе за «политическую корректность» (Современная политическая коммуникация 2009: 75).

Таким образом, политическая лексика – это один из наиболее подвижных пластов языковой системы: одни слова и фразеологизмы уходят из активного употребления, на их место приходят другие единицы, в том числе такие, которые ранее активно использовались

в общенародном языке. Эти изменения нередко обусловлены стремлением тех или иных политических сил подчеркнуть принципиальную новизну политической системы: ярким примером подобных процессов могут служить лексико-фразеологические инновации, произошедшие в период коренных изменений в обществе, например, после 1917 или 1991 гг. В других случаях политические силы стремятся продемонстрировать преемственность традиций, в результате чего возвращаются прежние названия.

В политической коммуникации, в частности, в предвыборном дискурсе, адресатом речевой деятельности является, с одной стороны, оппонент как представитель конкурирующей партии, с другой – массовый адресат (аудитория), который является косвенным участником дискурса. Поэтому политическая речь ориентирована не только на использование специальных терминов, но и общенародного языка.

В политической речи используется преимущественно общепотребительная лексика, употребляемая в тех значениях, которые зафиксированы толковыми словарями. Речь, в которой используется подобная лексика, лишена выразительности и свидетельствует о стандартности политических высказываний.

В политической лексике часто используются клише, которые делают безликими высказывания кандидатов: «сложить наши усилия», «реализовать идеалы справедливости», это «запрос общества», это «веление времени», «строить новую страну». Такие выражения не могут оказать сколько-нибудь сильное воздействие на мировоззрение и волю адресатов и побудить их к совершению действия.

Фразеологические обороты, «словосочетания, в которых семантическая монолитность довлеет над структурной раздельностью составляющих его элементов, вследствие чего оно функционирует в составе предложения как эквивалент отдельного слова», придают некоторую образность речи, но имеют в большей степени описательный характер. Политическому дискурсу присуща «polemicность», которая проявляется в выборе слов, выражающих

своеобразную агрессию, и которая направлена на внушение отрицательного отношения к политическим противникам говорящего и на навязывание других ценностей и оценок. Лексические единицы, употребляемые некоторыми политиками, пестрят просторечной лексикой и направлены на описание неправомερных действий оппозиции с целью ее дискредитировать в глазах избирателей. Некоторые кандидаты, употребляя просторечную лексику, описывают действия оппонента, давая ему отрицательную характеристику, что может вызвать негативное отношение избирателей к данному кандидату.

Просторечная лексика, которая представляет собой «слова, выражения, обороты, формы словоизменения, не входящие в норму литературной речи», довольно часто употребляется современными политиками, очевидно, стремящимися выразить тем самым не только свою «близость к народу», но и свое эмоционально негативное отношение к высказываемому предмету разговора. Как известно, эмоциональное состояние говорящего передается слушателю, поэтому такие негативные высказывания могут влиять на мнение адресата о предмете разговора. Заметный лексико-стилистический признак современной политической речи – это активное использование просторечной (в том числе грубо-просторечной) лексики.

В последние годы заметно сдвигаются границы между стилистическими пластами лексики и слова, которые еще недавно считались просторечными, могут перейти в разряд разговорных. Например, в русской современной политической коммуникации чрезвычайно активно используется жаргонная лексика. Политики и журналисты охотно используют такие жаргонизмы из криминальной сферы, как крутой, тусовка, кинуть, замочить, наехать, разборки, крышевать. Использование подобной лексики – явление вполне традиционное для русской речи и отражает определенные векторы национального сознания.

В свое время Н.В.Гоголь, отмечая разницу между русским словом и словом европейцев, писал: «Выражается сильно

российский народ! и если наградит кого словцом, то пойдет оно ему в род и потомство, утащит он его с собою и на службу, и в отставку, и в Петербург, и на край света... Произнесенное метко, все равно что писанное, не вырубливается топором. А уж куды бывает метко все то, что вышло из глубины Руси, где нет ни немецких, ни чухонских, ни всяких иных племен, а всё сам-самородок, живой и бойкий русский ум, что не лезет за словом в карман... Сердцеведением и мудрым познанием жизни отзовется слово британца; легким щеголем блеснет и разлетится недолговечное слово француза; затейливо придумает свое, не всякому доступное, умно-худощавое слово немец; но нет слова, которое было бы так замашисто, бойко так вырвалось бы из-под самого сердца, так бы кипело и животрепетало, как метко сказанное русское слово» (Гоголь 1957: 156-157).

В отдельных случаях использование жаргонизмов способствует достижению выразительности, помогает выразить эмоциональное отношение к проблеме. Показательно, что даже президент России позволяет говорить о необходимости «мочить» террористов «в сортире», о том как 200 российских болельщиков «отметелили» несколько тысяч англичан и о том, что Россия могла бы пойти на отмену контрсанкций в отношении ЕС, «если бы мы были уверены в том, что нас очередной раз, как у нас говорят, «не кинут»<sup>3</sup>.

Все это позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время жаргонизмы превратились в такое выразительное средство, использование которого вполне допустимо в определенных контекстуальных условиях. Критерием здесь должны служить чувство меры, уместность и языковой вкус автора (Современная политическая коммуникация 2009: 80).

Одним из важных средств речевого воздействия в политическом дискурсе является использование стилистических фигур и тропов, что свидетельствует о возрастающей выразительности современной политической речи, что особенно ярко прослеживается при сопоставлении постсоветского политического

дискурса с советскими временами, когда требовалась «политическая правильность» текста, соответствие его содержания господствующей идеологии и традициям ее языкового представления.

Среди стилистических фигур в современном политическом дискурсе особенно часто используются антитеза, инверсия, эллипсис, фонетический, лексический и морфологический повтор, синтаксический параллелизм, риторический вопрос и др. Наиболее часто используемые тропы – это метафора, метонимия, олицетворение, символ, эпитет. Цель использования указанных стилистических средств в политическом дискурсе является в первую очередь обеспечение перлокутивного эффекта высказывания.

Многие стилистические средства выразительности имеют национально-культурную окрашенность, что требует определенного внимания в межкультурном общении. Кроме того, следует иметь в виду, что одно и то же стилистическое средство может выполнять разную функциональную роль в разных контекстах.

Сравнение может быть использовано и для восхваления и для уничижения. Например, кандидат в президенты США от демократической партии Х. Клинтон следующим образом сравнивала нынешнюю республиканскую партию с республиканской партией времен А. Линкольна: “You know, my friends, this is a moment of reckoning for every Republican dismayed that the Party of Lincoln has become the Party of Trump. It’s a moment of reckoning for all of us who love our country and believe that America is better than this”<sup>4</sup>. Один из идеологов Брексита, бывший мэр Лондона Борис Джонсон сравнивал выход Британии из ЕС с «заключенным, сбежавшим из тюрьмы». Персуазивный эффект высказывания политика может усиливаться СМИ посредством вынесения высказывания в заголовок статьи, как это, например, сделали некоторые британские СМИ относительно вышеупомянутого заявления Б. Джонсона: “Boris Johnson: Leaving EU would be like ‘prisoner escaping jail’”<sup>5</sup>.

Сравнения, в том числе и метафоры, состоящие в



уподоблении одного предмета другому, у которого предполагается наличие признака, общего с первым, очень часто используются в манипуляционных целях. Это позволяет сделать сама структура метафоры. Во-первых, метафоры, в отличие от сравнения (*simile*), не имеют формальных маркеров и редко выражаются эксплицитно; во-вторых, метафоры выражают равенство субъектной и предикативной частей (*argument is war; time is money; knowledge is power; life is a play*), в то время как сравнения лишь приближают явления; в-третьих, поскольку метафора – это сравнение, признак подобия которого не сформулирован напрямую, следствием принятия метафоры является перенесение всех признаков, всего ассоциативного ряда одного явления на другое (Давыдов, Розин 1994: 102).

Например, концептуальная метафора «Государство как семья» (*nation-as-family*) предполагает точное перенесение функций семьи на государство, где родина – это дом, граждане – это родные братья и сестры, правительство или глава правительства /президент/ – родитель. При этом обязанности правительства /президента/ по отношению к своим гражданам те же, что и обязанности родителя по отношению к детям – обеспечивать безопасность (защищать членов семьи), создавать законы (говорить, что можно делать, а что нельзя), управлять экономикой (обеспечивать семью материально), давать возможности для образования (воспитательная функция) (Lakoff 2006: 49).

Разница заключается лишь в моделях семьи, которые Дж. Лакофф подразделяет на две: “*Strict father*” – «Строгий отец» и “*Nurturing parent*” – «Заботливый родитель». Первая предусматривает заботу о детях, которых родители могут сделать лучше. В рамках этой модели функционируют многочисленные традиционные прогрессивные ценности американской политики: социальные программы по здравоохранению и образованию, гражданские свободы, открытое правительство, развитая экономика. Модель “*Nurturing parent*” символизирует горизонтально организованную структуру власти, где все члены семьи работают

вместе как группа. Чтобы избежать стереотипного гендерного неравенства, в названии модели не указан пол родителя.

Модель “Strict father” базируется на консервативных постулатах республиканской партии об опасности мира и его сложности, где строгий отец должен, посредством строгой дисциплины, сделать ребенка лучше. Она отображает иерархическую систему власти, где отец – главная авторитетная фигура, которому жена и дети подчиняются. Главой семьи в обеих моделях, очевидно, выступает президент, его дети – это все граждане США, то есть потенциальные избиратели (Тричик 2014: 67-68).

Метафора, в том числе и ее негативные последствия, может быть принята человеком, если она обращена к его базовым ценностям, желаниям и чаяниям. Коцепт семьи является базовым концептом, поэтому все, что угрожает благополучию семьи – государства – должно быть устранено. Остается только определить эти угрозы, действия же против них будет рассматриваться как нечто само собой разумеющееся.

Метафора «Государство как Человек» (The State-as-Person), позволяющая политикам говорить о национальных интересах Америки, что также является метафористическим высказыванием, скрывает, по мнению Дж.Лакоффа, наличие противоречивых интересов белых, латиноамериканцев, военных, богатых, бедных и других групп Америки. Однако, говоря об этом, Дж.Лакофф фактически заменяет одну метафору «Государство как Человек» на другую – «Социальная или Национальная Группа как Человек», которую он позиционирует как неметафористическое высказывание, хотя оба высказывания являются метафорами. Разница между этими метафорами может состоять лишь в том какая из них полезнее и какие последствия они могут иметь.

Метафора «Государство как Человек» позволяет человеку отождествляться с государством, что ведет к патриотизму, который, как правило, не так уж и плох за исключением тех случаев, когда им оправдываются войны государств, в то время как метафора

«Социальная Группа как Человек» позволяет отождествиться с социальной или национальной группой, что, как показывает история, часто ведет к социальным революциям (бедных против богатых) и расовым и национальным конфликтам. Таким образом, разоблачая «патриотические метафоры» одних политиков, оправдывающие войны государств, Дж.Лакофф невольно обосновывает иные метафоры, которыми политики во всем мире оправдывают войны гражданские.

И это неудивительно, так как человеческое сознание по сути метафорично, стремясь в процессе мышления познать новый предмет или явление путем сравнения по сходству или по аналогии с другим уже известным предметом или явлением. Анализируя причины активного использования метафор в политической сфере А.П.Чудинов справедливо отмечает, что метафора понимается как основная ментальная операция, способ познания и категоризации мира: в процессе мыслительной деятельности аналогия играет не меньшую роль, чем формализованные процедуры рационального мышления. Обращаясь к чему-то новому, сложному, не до конца понятному, человек нередко пытается использовать для осмысления элементы какой-то более знакомой и понятной сферы. При метафорическом моделировании политической сферы, отличающейся сложностью и высокой степенью абстракции, человек часто использует более простые и конкретные образы из тех сфер, которые ему хорошо знакомы. Метафора, заключает автор, – это не средство украшения уже готовой мысли, а способ мышления, повседневная реальность языка (Чудинов 2003: 53).

Согласно теории концептуальной метафоры в основе метафоризации лежит процесс взаимодействия между структурами знаний (фреймами и сценариями) двух концептуальных доменов – сферы-источника (source domain) и сферы-мишени (target domain). В результате однонаправленной метафорической проекции (metaphorical mapping) элементы сферы-источника структурируют менее понятную концептуальную сферу-мишень, что составляет сущность когнитивного потенциала метафоры (Будаев, Чудинов

2008: 44-45).

С учетом сказанного можно согласиться с мнением Д.Ю.Давыдова и М.В.Розина, считающих, что борьба с метафорами и их разоблачение в поисках истины является бесперспективным занятием и что вместо этого ученым и политикам следовало бы встать на иной путь использования теории метафор для влияния на массовое сознание – на путь осознанного введения новых метафор, с учетом того что полезно и какие последствия могут проистекать из того или иного образа. Иными словами авторы предлагают осознанно использовать по их мнению одну из самых эффективных стратегий – работать внутри уже существующих метафор, влиять на убеждения людей, основываясь на логике их собственных образов. Они считают, что уйдя от соблазна разоблачать, ученым следует попробовать предложить массовому сознанию новые образы и новые метафоры, а не только анализировать стихийно возникающую метафорическую систему.

В качестве шага в этом направлении они предлагают следующий образ (метафору) для описания событий, связанных с расовыми и национальными конфликтами: сторонников идеи борьбы против несправедливости объединяет не расовая или национальная принадлежность, а само чувство несправедливости. Это значит, то, что черный ощущает несправедливость, не потому, что он черный, а благодаря особым психологическим чертам его личности и благодаря его взглядам на жизнь. Фактически речь идет не о метафоре в прямом смысле слова, а об антиметафоре, разрушающей представление о национальной группе как о человеке, который может быть несправедливо обижен и теперь желает восстановить статус-кво. Однако разрушение достигается не за счет разоблачения метафоры: «Национальная или Социальная Группа Подобна Человеку С Единими Взглядами», а за счет выдвижения иного образа: «Люди, Исповедующие Одни Взгляды, Подобны Человеку», несовместимого с первым. Данная антиметафора размыкает очень важный для любой националистической идеологии механизм – механизм отождествления нации и идеологии (Давыдов,

Розин 1994: 106-107).

Хотя указанная метафора не раз использовалась в СМИ и уже доказала свою эффективность, в то числе и в предотвращении расовых погромов в Америке (например, сообщения в СМИ, что в погромах участвуют не черные, а бандиты и хулиганы и точно так же жертвами оказываются не белые, а те, кто попались им на пути), не все согласны с подобными метафорами, считая, что фразами типа «Преступник не имеет национальности», «Беженцы не имеют национальности» и т.д. лишь замалчивается проблема. Одним из примером того как идентификация по внешним признакам сплетается с идентификацией по «взглядам» могут служить речи Д. Трампа в период президентской предвыборной кампании в США (в том числе в связи с трагическими событиями в Сан-Бернардино и Орландо), содержащие призывы запретить въезд мусульман в страну, а также обещание в случае своего избрания президентом выстроить стену на границе с Мексикой.

В целом в предвыборных речах Д.Трампа задействованной оказалась модель “Strict father”, в отличие от модели “Nurturing parent”, используемой в предвыборных речах кандидата от демократической партии Х.Клинтон. Последняя выступала в предвыборной кампании под слоганом “Stronger Together”, вполне вписывающимся в модель “Nurturing parent”.

Соответствующее разграничение в использование указанных метафор было характерно для кандидатов от указанных партий и в ходе предыдущих предвыборных президентских кампаний в Америке. Использование этих моделей особенно четко прослеживается, когда кандидаты занимают кардинально противоположные позиции по базовым вопросам внутренней и внешней политики, но бывают случаи, когда эти позиции сближаются, а также случаи, когда оппоненты по отдельно взятым вопросам используют скорее модель противника, чем свою собственную. Так, например, Х.Клинтон в своих предвыборных речах не раз обвиняла Д.Трампа в некомпетентности в вопросах внешней политики, позиционируя себя в качестве эксперта в

вопросах отношений с Россией, которые она предлагает выстраивать исключительно с позиции силы.

В рамках базовых моделей “Strict father” и “Nurturing parent”, характерных для двухпартийной американской политической системы, американские политики используют разнообразные метафоры с целью воздействия на сознание избирателей. Для дискурса президента США Барака Обамы, представляющего демократическую партию, характерна модель “Nurturing parent”. Анализ используемых метафор в рамках данной модели позволяет сделать вывод как о личности самого политика, так и о риторических средствах используемых им для воздействия на общественное сознание. Личность 44-го американского президента является примером лелеемых в американском обществе идеалов свободы, равноправия, американской мечты и устранения явлений сегрегации и апартеида во всех их проявлениях. Именно так Барак Обама представлен на официальном сайте Белого дома: “Barack Obama is the 44th President of the United States. His story is the American story – values from the heartland, a middle-class upbringing in a strong family, hard work and education as the means of getting ahead, and the conviction that a life so blessed should be lived in service to others” (URL: <https://www.whitehouse.gov/administration/president-obama>).

Примером воплощения американской мечты может быть слоган первой официальной президентской кампании Барака Обамы “Yes We Can”, утверждающий возможность достижения успеха кандидата в президенты вместе со всеми его сторонниками. Этот эффект достигается путем использования личного местоимения we, которое, однако, в данном контексте может быть интерпретировано не только в эксклюзивном значении (сторонники Барака Обамы), но и в инклюзивном значении, подразумевая весь американский народ. В обоих случаях данный слоган вполне вписывается в метафористическую модель «Заботливого родителя» (“Nurturing parent”).

В дискурсе Барака Обамы присутствуют метафоры единства

всей нации (отсутствие разделения по политическому, расовому или какому-либо другому признаку), лидера, борца (борьба за нацию), строителя (строителя новой экономики, политики, социального устройства) и другие. Использованный во время второй президентской кампании Барака Обамы метафора-слоган “(Vote) Forward” представляло собой одно слово, выражающее множество идей и выполняющее множество грамматических функций, в том числе существительного, глагола, прилагательного и наречия. Слоган “Forward” вызывал стойкие ассоциации с движением вперед, с чем-то новым и положительным. Выбор данного многофункционального и позитивного по своему значению слова в качестве слогана признается исследователями важным фактором успеха президентской предвыборной кампании Барака Обамы 2012 г. (Тричик 2014: 72).

Следует отметить, что метафоры имеют ярко выраженную национальную окраску. Хотя сравнение метафор в разных языках свидетельствует о наличии сходства в их функционировании на ментальном уровне, например, сравнение «жесткий человек – камень» (ср.: У него каменное сердце – He has a heart of stone – *Մի քարե սիրտ ունի*), национальный характер метафор не вызывает сомнений. Сходства и аналогии метафор видны для одного языка и незаметны для другого. Отсюда ассоциативное сходство субъективно, национально. Например, у говорящего на русском языке ступица вызывает чисто технические ассоциации. Между тем в английском *hub* является чем-то важным – *place of importance or interest* Ср.: *The financial hub of the city; to be at the hub of the things*. Так, Бостон – это *The Hub*, Лондон – *a hub of world finance*; Нью-Йорк, согласно Джону Дос Пассосу, – *the Hub of the Universe* (ср. рус. пер. – «Нью-Йорк – вершина мира»).

В русском языке слово *hub* в смысле крупного распределительного центра или транспортного узла порой вообще не переводится и используется как варваризм, например: продовольственный хаб, логистический хаб, пассажирский и

грузовой хаб, авиационный хаб, технологический хаб, газовый хаб и т.д. Данное слово перекочевало и в армянский язык, однако используется порой с сопроводительным поясняющим переводом: զազալի՛ն հար (բախշիչ կալան)<sup>6</sup>.

Национальный характер метафоры особенно четко прослеживается при использовании зоонимов. Так, если в английском языке oyster (устрица) is a very silent person (молчун, замкнутый человек), то ни в русском ни в армянском языках подобной метафоры не существует. То же можно сказать и о слове beaver (бобёр) как в значении существительного (трудяга, работяга), так и глагола (beaver away – работать не покладая рук; корпеть).

В политической речи часто используется антитеза, как правило, для противопоставления своих («правильных») действий или качеств с «неправильными» действиями или качествами своего оппонента с целью повлиять на выбор избирателей: “When we tried – and succeeded in reforming our health care system, they spent millions trying to stop us. When we tried – and succeeded – in reforming Wall Street, they spent millions to push us back. And we kept on going. But those were tough fights” (Obama B. Final Campaign Speech: Remarks in Iowa. November 5, 2012).

Повтор лексических единиц используется в тех случаях, когда говорящий хочет подчеркнуть особую важность какой-либо мысли и донести эту мысль слушателю. Употребляются и другие стилистические фигуры, основанные на повторе, в целях усиления выразительности, в том числе анафора: “That we are in the midst of crisis is now well understood. Our nation is at war, against a far-reaching network of violence and hatred. Our economy is badly weakened, a consequence of greed and irresponsibility on the part of some, but also our collective failure to make hard choices and prepare the nation for a new age. Homes have been lost; jobs shed; businesses shuttered. Our health care is too costly; our schools fail too many; and each day brings further evidence that the ways we use energy strengthen our adversaries and threaten our planet” (Obama B. Inaugural Address. January 20, 2009).<sup>7</sup>



В политическом дискурсе часто встречаются такие риторические фигуры, как перифраз, аллюзия, гипербол, литота, многосоюзие, градация, эллипсис, риторический вопрос. Эти экспрессивные приемы разговорной речи являясь основой ораторского искусства рассчитаны на привлечение внимания и усиливает впечатление от высказываемого. Речевое воздействие в политическом дискурсе часто выражается с помощью аппеллятивной функции речи. Обращения политические лидеры используют в разных ситуациях – начиная от предвыборных дебатов и кончая инаугурационной речью президента: “Today I say to you that the challenges we face are real. They are serious and they are many. They will not be met easily or in a short span of time. But know this, America – they will be met”<sup>8</sup>.

Таким образом, в политическом дискурсе речевое воздействие осуществляется на лексическом уровне с помощью широкого спектра стилистических средств, выбор которых зависит от целей, стратегий и тактик кандидатов.

В политическом дискурсе воздействие может осуществляться путем реализаций различных коммуникативных стратегий, но главным образом аргументации и суггестии. Стратегия аргументации состоит в убеждении слушателей принять выдвигаемую точку зрения как верную путем выдвижения рациональных аргументов в ее пользу. Во многом успешность подобного воздействия зависит от желания реципиента информации разделить выражаемую политиком позицию.

Основу внушения (суггестии) составляет такой способ подачи сообщения, который основан на иррациональном, неосознанном восприятии информации. Основания для проявления суггестии заложены в семантике языкового знака, в коннотации. Внушение реализуется преимущественно через чувственную сферу: образность, эмоциональность, оценочность, ассоциативность. Поэтому очевидно, что суггестия реализуется в речевом общении, прежде всего, за счет средств косвенной номинации: метафор, иронии, риторических вопросов, аллюзий, языковой игры и т.д.

Косвенная номинация представляет собой акт называния или речевые действия, в результате которых тот или иной объект действительности оказывается названным несвойственным для него именем. Традиционно в лингвистике имена, несвойственные тому или иному объекту, принято считать метафорами. Однако, и человеческое мышление, и языковые средства, его выражающие по своей природе метафоричны. Поэтому говорящий называет номинат так, как он ему видится в конкретный момент речи в зависимости от того, на каком признаке, свойстве объекта он акцентирует свое внимание. Ассоциативно-образные связи определяют выбор имени из готовых единиц языка, которые говорящий может комбинировать в пределах национально-культурной специфики того или иного языка.

На лексико-стилистическом уровне не прямое речевое воздействие (суггестия) политической речи реализуется посредством косвенных номинаций (метафор, метонимий, аллюзий, цитирования, риторических вопросов и т.д.). Косвенные номинации в определенной степени обусловлены национально-культурной спецификой, но главные их характеристики имеют универсальный характер. Они могут выступать как средство реализации определенной иллокутивной силы высказывания, которая создает экспрессивно-оценочный эффект.

Все указанные виды косвенных номинаций могут представлять собой различные реализации не прямой коммуникации. В прагмалингвистических исследованиях не прямая коммуникация представляет собой косвенный иллокутивный акт, произведенный опосредованно, путем осуществления другого. В политическом дискурсе не прямая коммуникация может осуществляться за счет аллюзий, иносказаний, метафор и т.д.

В качестве примера метафоричности политического дискурса приведем отрывок из второй инаугурационной речи Б. Обамы, в которой он сравнивает историю и политику США с долгим и вечно продолжающимся путешествием: "Today we continue a never-ending journey to bridge the meaning of those words with the

realities of our time... It is now our generation's task to carry on what those pioneers began. For our journey is not complete until our wives, our mothers and daughters can earn a living equal to their efforts. Our journey is not complete until our gay brothers and sisters are treated like anyone else under the law – for if we are truly created equal, then surely the love we commit to one another must be equal as well. Our journey is not complete until no citizen is forced to wait for hours to exercise the right to vote. Our journey is not complete until we find a better way to welcome the striving, hopeful immigrants who still see America as a land of opportunity – (applause) – until bright young students and engineers are enlisted in our workforce rather than expelled from our country. Our journey is not complete until all our children, from the streets of Detroit to the hills of Appalachia, to the quiet lanes of Newtown, know that they are cared for and cherished and always safe from harm”<sup>9</sup>. Метафоры journey Б. Обама использовал и в первой инаугурационной речи, однако если в первой она была использована 3 раза, то во второй – 6 раз.

Другим примером непрямой коммуникации в целях воздействия является использование языковой игры, с помощью которой выражается эмоционально-оценочная характеристика. В качестве примера языковой игры как способа реализации непрямого воздействия в политическом дискурсе приведем отрывок из речи Франклина Делано Рузвельта: “So, first of all, let me assert my firm belief that the only thing we have to *fear* is *fear* itself – nameless, unreasoning, unjustified terror which paralyzes needed efforts to convert retreat into advance”. Подобная псевдотавтология и повторение слова “*fear*” определяет смысловой центр высказывания фразы на данном слове и усиливает эффект воздействия речи политика. В следующем примере, которой взят из речи Дж. Кеннеди «Новые рубежи», использована такая стилистическая фигура как антиметабола, усиливающая воздействующую силу высказывания: “Let us never negotiate out of fear. But let us never fear to negotiate”<sup>10</sup>.

Важную роль в политическом дискурсе играют эвфемизмы. Суть этого явления – не прямое именование нежелательного

денотата. Средства снижения интенсивности высказывания в политическом дискурсе используются для того, чтобы приглушить, смягчить неприятные факты, приукрасить истинное положение дел. Порожденные толерантностью политкорректные эвфемизмы часто используются в сфере межнациональных и межэтнических отношений. Однако сильное навязывание идей политкорректности таит в себе опасность того, что многие, как это происходит в Британии, начинают бояться и избегать тем, связанные с критикой национальных меньшинств и этнической преступности из-за страха быть обвинёнными в расизме и нетерпимости. На это указывал сам британский премьер-министр Д. Кэмерон в своей речи на конференции по безопасности в Мюнхене в феврале 2011 г.: “So when a white person holds objectionable views – racism, for example – we rightly condemn them. But when equally unacceptable views or practices have come from someone who isn't white, we've been too cautious, frankly even fearful, to stand up to them”.<sup>11</sup> На это указывали и британские средства массовой информации.

В США открытое<sup>12</sup> выступление Д.Трампа против политкорректности и его заявление о запрете на въезд в страну мусульман в связи с трагическими событиями в Сан-Бернардино в декабре 2015 г. вызвало ответную отрицательную реакцию не только со стороны национальных и религиозных меньшинств страны, но и президента Б. Обамы. Выступая в Конгрессе с ежегодным «Посланием о положении в стране» 20 января 2016 г. он заявил, что отношение к национальным и религиозным меньшинствам не является вопросом политкорректности, а это коренной вопрос обеспечения единства страны: “And that’s why we need to reject any politics – any politics that targets people because of race or religion. Let me just say this. This isn’t a matter of political correctness. This is a matter of understanding just what it is that makes us strong. The world respects us not just for our arsenal, it respects us for our diversity and our openness and the way we respect every faith... When politicians insult Muslims, whether abroad, or fellow citizens, when a mosque is vandalized, or a kid is called names, that doesn’t make

us safer. That's not telling it what – telling it like it is, it's just wrong. It diminishes us in the eyes of the world. It makes it harder to achieve our goals. It betrays who we are as a country. "We the People". Our Constitution begins with those three simple words, words we've come to recognize mean all the people, not just some. Words that insist we rise and fall together, that that's how we might perfect our union"<sup>13</sup>.

Хотя Б. Обама заявил, что вопрос расовой и религиозной терпимости не является вопросом политической корректности, последняя, не противореча по своим идейным постулатам американским ценностным приоритетам, фактически выполняла в дискурсе Б.Обамы персуазивную функцию обеспечения единства и сплоченности американского общества. Ту же тактику политической корректности он использовал выступая в исламском обществе Балтимора в феврале 2016 г. Здесь он, в частности, поблагодарив американских мусульман за их труд и вклад в укрепление единства американского общества, назвал антимусульманскую политическую риторику недопустимой и напомнил, что разнообразие, в том числе религиозное, лежит в основе американского общества: "And since 9/11, but more recently, since the attacks in Paris and San Bernardino, you've seen too often people conflating the horrific acts of terrorism with the beliefs of an entire faith. And of course, recently, we've heard inexcusable political rhetoric against Muslim Americans that has no place in our country... The notion that America is at war with Islam ignores the fact that the world's religions are a part of who we are. We can't be at war with any other religion because the world's religions are a part of the very fabric of the United States, our national character"<sup>14</sup>.

Как уже отмечалось, среди риторических средств воздействия в политическом дискурсе значительное место занимают риторические вопросы. В ежегодном «Послании о положении страны» за 2015 г. Б. Обама использовал целый ряд таких вопросов, придав им форму альтернативных: "At this moment, with a growing economy, shrinking deficits, bustling industry, booming energy production, we have risen from recession freer to write our own future than any other nation on Earth. It's now up to us to choose who we want to be over the next 15

years, and for decades to come. Will we accept an economy where only a few of us do spectacularly well? Or will we commit ourselves to an economy that generates rising incomes and chances for everyone who makes the effort? Will we approach the world fearful and reactive, dragged into costly conflicts that strain our military and set back our standing? Or will we lead wisely, using all elements of our power to defeat new threats and protect our planet? Will we allow ourselves to be sorted into factions and turned against one another, or will we recapture the sense of common purpose that has always propelled America forward?”<sup>15</sup>.

Таким образом в политическом дискурсе широко используются вариативные формы косвенной номинации: метафоры и риторические вопросы, усиливающие суггестивный эффект, а также эвфемистические замены, ссылки и цитирования, которые, напротив, способствуют снижению интенсивности высказывания, уходу от прямой оценки событий и снятию ответственности с говорящего.

В современном политическом дискурсе активно используются как ресурсы, которые были охарактеризованы еще в древних риториках, так и новые, созданные и осмысленные в рамках постмодернистской эстетики, в том числе интертекстуальность и интерстилевое тонирование.

Для политического дискурса характерна интертекстуальность, понимаемая как присутствие в тексте элементов других текстов, что обеспечивает его восприятие как частицы общего политического дискурса и шире как элемента национальной культуры. Так, например, в своей победной речи после избрания президентом страны Б. Обама использовал метод цитирования как апелляции к авторитету для подтверждения своей идеи. Цитируя слова А. Линкольна из его первой инаугурационной речи, Б. Обама сказал: “ As Lincoln said to a nation far more divided than ours, we are not enemies but friends. Though passion may have strained, it must not break our bonds of affection”<sup>16</sup>.

Современный политический текст часто строится и

воспринимается как своего рода диалог с другими текстами: автор развивает и детализирует высказанные ранее идеи, полемизирует с ними, дает свою интерпретацию фактов, подчеркивает собственную позицию. Такой текст оказывается насыщенным множеством скрытых и откровенных цитат, реминисценций, аллюзий, прецедентных метафор; его полное восприятие возможно только в дискурсе, с использованием множества фоновых знаний из различных областей культуры.

В качестве культурных знаков интертекстуальности могут использоваться разные виды прецедентных феноменов, в том числе прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентная ситуация, прецедентное имя.

Прецедентный текст, представляет собой произведения художественной литературы, фольклора и др., а порой простое упоминание их названия, которое помогает читателю вспомнить содержание произведения. Прецедентное высказывание – это цитата, афоризм, пословица. В современной политической речи прецедентные высказывания часто структурно и содержательно трансформируются, в них вкладывается обновленный смысл. В качестве прецедентного высказывания могут выступать не только развернутые фразы, но отдельные слова и выражения, по которым опознается коммуникативная практика известного человека.

Прецедентная ситуация – хорошо известная историческая ситуация, событие, яркие признаки которого запечатлены в народном сознании с той или иной эмоциональной оценкой (Gettysburg, Appomattox). Такая ситуация может обозначаться не только прямо, но путем указания на место событий, их время, яркие признаки. В современной политической речи названия этих прецедентных ситуаций обычно используются метафорически. Символом прецедентной ситуации нередко оказываются предметы быта, иные артефакты, природные объекты.

Прецедентное имя – это имя (фамилия, прозвище и др.) известного политика, военачальника, ученого, писателя, героя литературного произведения и т.п. Такое имя служит своего рода

знаком определенных качеств, оно может символизировать тот или иной прецедентный текст или прецедентную ситуацию. Например, очень часто в американском политическом дискурсе наряду с именем Дж. Вашингтона в качестве символа американской демократии используется имя А. Линкольна, который имел несколько прозвищ, таких как “honest Abe”, “the rail splitter”, “the Great Emancipator” и остался в американском самосознании в качестве президента, который благодаря политической умеренности (political moderation) сумел сохранить единство американской нации (Hirsch et. al. 2002: 265-266). Неудивительно, что в словарь культурной грамотности Э. Хирша (Hirsch et. al. 2002) включена специальная словарная статья, посвященная именно второй инаугурационной речи А. Линкольна, произнесенной незадолго до окончания гражданской войны в США и содержавшей призыв к примерению и национальному сплочению: “With malice toward none, with charity for all, with firmness in the right as God gives us to see the right, let us strive on to finish the work we are in, to bind up the nation's wounds, to care for him who shall have borne the battle and for his widow and his orphan, to do all which may achieve and cherish a just and lasting peace among ourselves and with all nations” (Ibid.: 266;)<sup>17</sup>.

Как отмечают авторы книги «Современная политическая коммуникация» (2009: 94), каждый прецедентный феномен в тексте – это знак бесконечного диалога различных сфер культуры, различных ее поколений и вместе с тем показатель интеллектуального уровня автора и его оценки возможностей адресата. В то же время следует учитывать, что в политической борьбе интертекстуальность зачастую используется в контексте самопрезентации, обоснования своей позиции, взглядов идей в зависимости от выбранной стратегии. Так, например, в президентской кампании 2016 г. Д.Трамп представлял положение в стране в качестве катастрофы (“It is a disaster”), ответственность за которую он возлагал на Б. Обаму и Х. Клинтон. Американская мечта, по его словам, была мертва (“Sadly, the American dream is dead”) и он единственный вместе со своей командой мог сделать



Америку вновь великой (его главный слоган гласил: “Make America Great Again”). Соответственно он заявлял, что для возвращения величия Америки страна нуждается в великом лидере, который знает как это сделать, а поскольку таковым, по его мнению, является он сам, он делает интертекстуальные отсылки к самому себе и, в частности, к своей книге "Искусство заключать сделки": “Our Country Needs a Truly Great Leader... We need a leader that wrote “The Art of the Deal”. We need a leader that can bring back our jobs...”<sup>18</sup>.

Х. Клинтон, напротив, утверждала, что Америка – уже великая страна, и должна гордиться своими достижениями и своими ценностями. Соответственно, ее интертекстуальные отсылки относились к Отцам основателям, американской конституции, а также к другим президентам США, в том числе к Ф. Рузвельту, Дж. Кеннеди, Р. Рейгану и др. Сказанное не означает, что Д. Трамп не использовал прецедентные тексты других политических деятелей, ибо в политическом дискурсе, предполагающим обсуждение не только будущей политики, но и оценки прошлой, отказ от использования прецедентных текстов или высказываний в принципе невозможен. Речь здесь может идти о частотности использования таких текстов в зависимости от цели выступающего. Например, желая подчеркнуть важность совместных действий республиканцев и демократов Д. Трамп в своей первой платформе относительно внешней политики США сделал интертекстуальную отсылку к речи Р. Рейгана, которую он произнес у берлинской стены в июне 1987 г. и в которой призвал М.С. Горбачева снести ее: “Democrats and Republicans working together got Mr. Gorbachev to heed the words of President Reagan when he said: “tear down this wall””<sup>19</sup>.

Что касается интерстилевого тонирования текста, то это намеренное использование в тексте языковых средств с максимально разнообразной стилистической окраской, в том числе таких, которые воспринимаются как стилистически инородные, не соответствующие традиционным представлениям о качествах политического текста. Одна из особенностей современной политической коммуникации состоит в том, что авторы не считают

необходимым ограничивать себя использованием исключительно публицистической лексики, а смело вводят в текст, казалось бы, совершенно несовместимые элементы. Политики нередко параллельно с книжными словами применяют жаргонные, просторечные, разговорные слова и выражения или стилистически закреплённые значения общеупотребительных слов. Подобные примеры наблюдались, например, в ходе президентской кампании 2016 г. в США, особенно в речах Д. Трампа. Позиционируя себя в качестве человека из народа, стоящего рядом с народом и отстаивающего его интересы (“My pledge reads: ‘I’M WITH YOU – THE AMERICAN PEOPLE.’”, “I can be your champion in the White House”, “I am your voice”, I’m With You, and I will fight for you, and I will win for you)<sup>20</sup>, он часто прибегал к использованию разговорных и сленговых выражений. Например, его лексикон характеризуется частым использованием разговорных междометий Wow, Whoa (“Wow. Whoa. That is some group of people. Thousands”), сленговых отклонений от фонетической нормы, например, gonna вместо going to (“I don’t think it’s gonna happen”, “Nothing’s gonna get done”, We say “we’re gonna protect”), сленговых слов как в предложении “But Obamacare kicks in in 2016”, разговорных слов и обращений как, например, “When was the last time you saw a Chevrolet in Tokyo? It doesn’t exist, folks.”, “We’re going to make America great again, folks”, просторечных выражений типа “They sweated like dogs” (в смысле очень сильно, до крайности) и т.д.)<sup>21</sup>.

В ходе президентской кампании он награждал Х. Клинтон самими различными прозвищами, которые выполняя функцию ярлыков должны были высветить ее негативные качества и сыграть важную роль в его стратегии по дискредитации соперника (“Crooked Hillary”, “Heartless Hillary”, “heartless hypocrites” (в отношении семьи Клинтонов), “bigot”, “a mad woman”, “the Devil”)<sup>22</sup>.

В своих речах Д. Трамп позволял себе использование вульгаризмов, как, например, “How the hell can you vote for this guy?”, “Our infrastructure is going to hell”, “Our country is going to hell” и т.д.<sup>23</sup>.

Как уже отмечалось, тексты политического дискурса представляют собой единство экспрессии и стандарта. С одной стороны, для них характерны широкоупотребительные политические клише и штампы (e.g. to impose an embargo). Обилие сокращений является характерной чертой публицистического и газетно-информационного стиля современного английского языка, например название партий, организаций, должностей : GOP = Grand Old (Republican) Party, DD – Defence Department, фамилии или прозвища политических деятелей: JFK = John F. Kennedy, географические названия NJ=New Jersey, и т.д.

С другой стороны, в целях направленного воздействия на реципиента адресант использует в политическом дискурсе различные экспрессивные возможности языка: 1. выбор слов и выражений; 2 создание новых слов и выражений; 3. выбор грамматических форм, например, использование грамматической пассивной конструкции с целью маскировки агента; 4. выбор последовательностей в характеристике (ср. “дорогое, хоть и эффективное средство” и “эффективное, хоть и дорогое средство”); 6. использование троп и фигур речи; 5. использование супraseгментных средств – эмфаза, тон (серьезный, ироничный, безучастный и т.д.) (Барташова 2010: 21).

Для политического дискурса характерны два основных фактора определяющих формирование, развитие и структуру публицистической лексики – это сообщение, т.е. информация, с одной стороны, и воздействие – с другой. Этим объясняется широчайший лексический диапазон политического дискурса, стилистическая разноплановость лексики. Наряду с книжной лексикой здесь широко используются разговорные и поэтические слова и сочетания. Публицистический стиль отличает широкое использование «готовых формул» или клише, вводных оборотов как, например, it is reported, it is claimed, according to well informed sources, устойчивых сочетаний со стершейся образностью (to lay the corner-stone), целый ряд политических штампов типа generation gap, vested interests etc. (Там же: 14-15).

Главным критерием политической коммуникации являются массовость, демократичность, доступность, экспрессивность. Указанные факторы влияют на выбор как лексических, так и стилистических средств, характерных для стиля публицистических выступлений.

Исследование специфических особенностей политического дискурса позволяет выделить его следующие характеристики: 1. общественно-политическая терминология обладает четко выраженным социальным характером; 2. каждый термин имеет внутрисловное социальное значение – общественно-политический признак. К лексическим особенностям политического дискурса относятся: а) предпочтительное употребление слов в их основном значении; б) использование многозначных слов (power, case, public); в) использование неологизмов (которые создаются для обозначения новых понятий – Brexit, Trumpism, Obamacare, Thatcherism, Reaganomics, Watergate); г) частое употребление клише и штампов (Pearls of wisdom = wise words or advice).

В синтаксическом отношении политический дискурс значительно проще языка научно-технического языка; в нем реже встречаются сложные грамматические конструкции и обороты. В целом тексты политического содержания характеризуются стремлением к сжатости и лаконичности изложения. Для политического дискурса характерно максимальное дробление текста на абзацы, когда почти каждое предложение начинается с новой строки. В качестве примера приведем отрывок из речи Д. Кэмерона, произнесенной за два дня до референдума о выходе Великобритании из ЕС:

*"I know Europe isn't perfect. Believe me, I understand and I see those frustrations.*

*I feel them myself.*

*That's why we negotiated and enhanced our special status.*

*Out of the Euro.*

*Keeping our borders.*

*Not involved in ever-closer union.*

*"We have the best of both worlds.*

*So as you take this decision – whether to remain or leave – do think about the hopes and dreams of your children and grandchildren.*

*They know their chances to work, to travel, to build the sort of open and successful society they want to live in, rests on this outcome.*

*And remember: they can't undo the decision we take.*

*If we vote out, that's it.*

*It is irreversible.*

*We will leave Europe – for good”<sup>24</sup>.*

Краткость и лаконичность изложения характерна и для современного американского политического дискурса, причем, краткость речи, сопровождающаяся повторами уже произнесенных слов, является средством привлечения внимания аудитории и ее убеждения. В следующем отрывке из речи Д. Трампа выражение “I’m going to” повторено четыре раза, а сам абзац заканчивается риторическим вопросом: “I’m going to do great with the Hispanics. I’m going to do great with virtually every group. The reason is I’m going to bring jobs back. I’m going to get Apple to start making their computers and their iPhones on our land, not in China. How does it help us when they make it in China?”<sup>25</sup>.

Преимственность американского политического дискурса обеспечивается как лексико-семантическими, так и риторическими и стилистическими средствами. Первые обеспечиваются воспроизведением определенных тематических структур, как, например, «единство», «великое предназначение Америки», «гражданская идентификация» и т. д. Вторые служат реализации различных речевых стратегий, в том числе стратегии логической ясности, убеждения, стратегии экспрессивности, воздействия на реципиента. Для этого используются такие риторические приемы как обращения, синтаксический и лексический параллелизм, риторические вопросы, прецедентные тексты, повторы (анафора и эпифора), антитезы, метонимия, а также другие стилистические фигуры.

Например, Б. Обама свою победную речь в Чикаго в ноябре

2008 г. после избрания на пост президента страны начал с использование такой риторической фигуры как анафора, которая задавала особый ритм всему выступлению: “If there is anyone out there who still doubts that America is a place where all things are possible, who still wonders if the dream of our founders is alive in our time, who still questions the power of our democracy, tonight is your answer”.

Следующие три абзаца начинаются с конструкцией со словом “answer”, которым заканчивается предыдущий абзац, образуя, таким образом, троекратный анафорический повтор: “ It's the answer told by lines that stretched around schools and churches in numbers this nation has never seen, by people who waited three hours and four hours, many for the first time in their lives, because they believed that this time must be different, that their voices could be that difference.

It's the answer spoken by young and old, rich and poor, Democrat and Republican, black, white, Hispanic, Asian, Native American, gay, straight, disabled and not disabled. Americans who sent a message to the world that we have never been just a collection of individuals or a collection of red states and blue states.

It's the answer that led those who've been told for so long by so many to be cynical and fearful and doubtful about what we can achieve to put their hands on the arc of history and bend it once more toward the hope of a better day”<sup>26</sup>.

Сама же речь Б. Обамы сопровождалась многократным произнесением его предвыборного слогана “Yes, we can” как со стороны выступающего, так и со стороны аудитории, что подтверждало перлокутивный эффект его речи и создавало впечатление живого диалога между Б. Обамой и его слушателями, ощущение общего успеха.

Следует подчеркнуть, что не только лексико-семантические, но и риторические и стилистические средства, используемые в англоязычном политическом дискурсе, непосредственно связаны с англоязычной ценностной картиной мира, определяя, таким

образом, его национальную специфику. Например, с точки зрения морфологических показателей наблюдается частое использование превосходной степени прилагательного при характеристике Америки и американских ценностей, что вполне соответствует ментальности американцев о величии своей страны :“We remain the most prosperous, powerful nation on Earth”<sup>27</sup>; “You and I, as citizens, have the obligation to shape the debates of our time – not only with the votes we cast, but with the voices we lift in defense of our most ancient values and enduring ideals”; “And we will renew those institutions that extend our capacity to manage crisis abroad, for no one has a greater stake in a peaceful world than its most powerful nation”; “We, the people, declare today that the most evident of truth – that all of us are created equal – is the star that guides us still”; “My oath is not so different from the pledge we all make to the flag that waves above and that fills our hearts with pride. They are the words of citizens and they represent our greatest hope”.<sup>28</sup>

Наиболее часто используемые метафорические модели также связаны с принятыми в американском обществе ценностями, например, метафорические **модели семьи**: “It is that promise that’s always set this country apart, that through hard work and sacrifice each of us can pursue our individual dreams, but still come together as one American family, to ensure that the next generation can pursue their dreams, as well” (B. Obama)<sup>29</sup>; **пути (road, journey)**: “The road ahead will be long. Our climb will be steep”; “Today we continue a never-ending journey to bridge the meaning of those words with the realities of our time” (B.Obama); **спорта** (“With the idealism and fair play which are the core of our system and our strength, we can have a strong and prosperous America, at peace with itself and the world (R. Reagan)<sup>30</sup>; “Thank you to my political team” (B.Obama)<sup>31</sup>; **справедливой войны**: “To our sister republics south of our border, we offer a special pledge – to convert our good words into good deeds – in a new alliance for progress – to assist free men and free governments in casting off the chains of poverty. But this peaceful revolution of hope cannot become the prey of hostile powers. Let all our neighbors know that we shall join with them to

oppose aggression or subversion anywhere in the Americas. And let every other power know that this Hemisphere intends to remain the master of its own house". (J.F.Kennedy)<sup>32</sup>.

Метафора войны присутствует в речах и других президентов США. Например, Б.Обама уже в своей первой инаугурационной речи выражал готовность вести непримиримую борьбу против сил несправедливости и террора и готовность нанести им поражение: "We will not apologize for our way of life, nor will we waver in its defense. And for those who seek to advance their aims by inducing terror and slaughtering innocents, we say to you now that our spirit is stronger and cannot be broken – you cannot outlast us, and we will defeat you". Войне и разрушению противопоставляется **метафора строительства (construction)**, имеющая позитивные коннотации. Сравнивая политику со строительством Б. Обама говорит о необходимости строительства новых коалиций для противостояния новым вызовам: "Building coalitions to meet new challenges and opportunities". Обращаясь к тем лидерам, которые выбрали путь конфликтов или пытаются ответственность за трудности в их странах возложить на Запад, он напоминает им, что о них их народы будут судить не потому, что они разрушили, а потому, что они построили: "To those leaders around the globe who seek to sow conflict, or blame their society's ills on the West, know that your people will judge you on what you can build, not what you destroy". Свой же народ он призывает объединиться вокруг великой миссии строительства Америки: "to join in the great mission of building America"<sup>33</sup>.

Важной метафорой в политическом дискурсе выступает метафористическая **модель света (light)**, которая ассоциируется со свободой и другими основополагающими американскими идеалами: "America's beacon still burns as bright"<sup>34</sup>, "As for our common defense, we reject as false the choice between our safety and our ideals. Our Founding Fathers – our Founding Fathers, faced with perils that we can scarcely imagine, drafted a charter to assure the rule of law and the rights of man – a charter expanded by the blood of generations. Those ideals still light the world, and we will not give them up for expedience sake"<sup>35</sup>;



“let us answer the call of history and carry into an uncertain future that precious light of freedom” (B. Obama)<sup>36</sup>.

Таким образом, современная политическая коммуникация отличается широким разнообразием используемых стилистических средств, целью которых является обеспечение перлокутивного эффекта высказывания, оказание большего влияния на аудиторию, ее убеждение, в том числе посредством привлечения внимания к самому способу выражения авторской мысли. Показательно, что современные политики активно используют как ресурсы, которые были охарактеризованы еще в древних риториках, так и новые, созданные и осмысленные в рамках постмодернистской эстетики, включая, интертекстуальность и интерстилевое тонирование текста.

### **3. Социально-культурологический контекст англоязычного политического дискурса**

Значительное влияние на структуру и содержание политического текста оказывают социально-прагматические и культурологические факторы, включающие как сам состав участников, так и условия и контекст коммуникативного акта. С точки зрения понимания особенностей политическоо дискурса важное значение имеет теория контекстных моделей, разработанная Т. Ван Дейком. Он утверждает, что не социальная ситуация сама по себе оказывает влияние на структуры текста и речи, а определение релевантных свойств коммуникативных ситуаций участниками дискурса. Для объяснения этих субъективных ментальных конструкторов Т. ван Дейк вводит понятие контекстуальной модели (КМ), которой он отводит важную роль в производстве и понимании дискурса. Т. ван Дейк предлагает рассматривать контексты в качестве субъективных конструкторов в противовес большинству теорий, приписывающих контекстам объективные свойства социальных, политических или культурных ситуаций. Это не означает, что у контекстов не может быть объективных свойств (например, пространство и время). Имеется в виду, что любые

социальные ситуации могут влиять на дискурс только после их субъективной интерпретации участниками дискурсивного процесса. “Не сама социальная ситуация влияет на дискурс, – пишет Т. ван Дейк, – а то как участники дискурса определяют эту ситуацию (Dijk 2010: X).

Отсюда Т. ван Дейк делает вывод, контексты – это ментальные модели особого рода, называемые контекстуальными моделями. Контексты связаны с объективными знаниями, но отнюдь не совпадают с ними, ибо предполагают в первую очередь выбор тех элементов коммуникативной ситуации, которые релевантны для данного текста или речи. Таким образом, то, что было принято называть объективным влиянием общества на дискурс, предлагается заменить влиянием во многом субъективных контекстуальных моделей. “Если бы контексты являлись объективными социальными условиями или ограничениями, – пишет Т. ван Дейк, – то все люди в одинаковых ситуациях говорили бы одинаковым образом”. Между тем, согласно Т. ван Дейку, контексты являются субъективной интерпретацией коммуникативной ситуации ее участниками” (Там же).

Вместе с тем нельзя отрицать, что контексты как ментальные конструкты социально обусловлены, т.е. основываются на идеологиях, общих и специальных знаниях, правилах, нормах, ценностях и других когнитивных компонентах определенного дискурсивного сообщества. Это в принципе признается и Т. ван Дейком, название теории которого – социокогнитивный дискурс-анализ – отражает его стремление интегрировать в единой теории социальные и когнитивные подходы.

Объединив социальный и личностный факторы, Т. ван Дейк включает в рассмотрение диахронический аспект, постулируя динамический характер контекстов. Согласно ему, КМ каждый раз создаются для определенной коммуникативной ситуации и претерпевают постоянные преобразования, адаптируются к меняющимся условиям коммуникативной ситуации. КМ динамически контролируют, как использование языка и дискурса

адаптируется к социальному окружению и определяют, при каких условиях они уместны.

С точки зрения политического дискурса такая трактовка КМ может в определенной мере объяснить причины так часто встречающихся в политическом дискурсе двойных стандартов при оценки или интерпретации схожих контекстов и ситуаций. Но в этом случае неизбежно возникает вопрос об объективной ситуации и ее адекватном восприятии.

Нам представляется, что для осмысления политической значимости речи, в том числе причин двойных стандартов, необходимо знание о том, кто говорит, в какой роли выступает оратор и с какими интенциями. О необходимости такого подхода при осмыслении политического дискурса Т. ван Дейк говорит, например, в ходе своей трактовки взаимодействия контекста и жанров. Согласно ему, хотя жанры и связаны с определенными грамматическими структурами, «их характеристики в большей степени контекстуальны, чем текстуальны» (Dijk 2010: 222). Например, парламентские дебаты определяются в первую очередь не столько темой, формальным стилем или ограничениями в дискурсивных ходах (все это может встречаться и в других видах дискурса), а ролями и идентичностями участников (членов парламента), их отношениями (например, сторонники правящей партии против оппозиции), их целями и действиями. Поэтому для осмысления любой политической речи следует в первую очередь учитывать кто выступает, перед кем выступает и с какой целью.

Таким образом, политический дискурс в первую очередь зависит не от темы и стиля, но от того, кто говорит, кому, что, в какой ситуации и с какой целью. Иными словами, политический дискурс является, собственно, политическим, поскольку его функции реализуются непосредственно в ходе политического процесса. При этом, некоторые контексты жанров политического дискурса (парламентских дебатов, законов, пропаганды, слоганов, международных договоров, мирных переговоров и т. д.) могут играть значительно более важную роль, нежели их тексты (Дейк

2013:216).

Контексты политического дискурса лежат в основе контекстных моделей, которые определяют как семантику, так и структуру политического дискурса. При этом, поскольку контекстные модели связаны с неязыковой действительностью, они характеризуются определенной национально-культурной спецификой, оказывающей свое влияние и на языковые модели политического дискурса. Так, например, речи членов британского парламента в ходе парламентских сессий или дебатов строго регламентированы парламентскими процедурами, многие из которых культурно маркированы и отражают многовековые национально-культурные традиции британского парламентаризма. Это находит свое отражение в специфических формах обращения, этикетных формулах, стиле речи, характерных для парламентских дебатов, а также в коммуникативном поведении как выступающих, так и слушающих. Например, члены Палаты общин имеют право выступать в ходе дебатов только один раз (это правило не распространяется на членов Палаты лордов). Чтобы получить слово депутаты Палаты общин должны перехватить взгляд спикера (*catching the Speaker's eye*) путем вставания со своего места, в результате чего в ходе дебатов депутаты Палаты общин постоянно встают или приподнимаются со своих мест. Они имеют право с согласия выступающего прервать докладчика (*intervention*) и задать ему вопрос, который порой превращается в выступление. В результате этого докладчику, в том числе и премьер-министру, в ходе выступления в Палате общин зачастую приходится уступать слово задающему вопрос (*give way*) и то и дело отходить от расположенного с каждой стороны парламентского стола «курьерского ящика» (*Dispatch Box*), служащего кафедрой для выступающих с речью, и садиться на свое место. Так, например, во время дебатов по Сирии 2 декабря 2015 г., судя по официальному парламентскому отчету, парламентарии прерывали речь Д. Кэмерона 28 раз.

Подобная процедура ведения парламентских дебатов

является примером конституционного обычая (constitutional convention), представляющего собой неформальное и некодифицированное процедурное соглашение, которого придерживаются государственные институты, в данном случае члены Палаты общин британского парламента<sup>37</sup>. Это, по сути дела, является контекстной моделью для участников парламентских дебатов в Палате общин, на что в самом начале своего выступления эксплицитно указал сам Д. Кэмерон: “Mr Speaker, I will take dozens of interventions in the time that I have. I am conscious of not taking up too much time as so many people want to speak, but I promise that I will give way a lot during my speech. Let me make a bit of progress at the start” (Hansard. House of Commons, vol. 603, col.324). В результате следования подобной процедуре речь выступающего ведется не в виде монолога или диалога, а в форме полилога.

Члены парламента во время дебатов не обращаются непосредственно друг к другу на вы (“you”), не используют имен и фамилий, а прибегают к таким выражениям как “my right honorable friend”, “the honourable Member for...” («мой глубокоуважаемый друг», «глубокоуважаемый представитель...» с последующим упоминанием избирательного округа) или “the honourable Member” без упоминания избирательного округа, который представляет данный член парламента<sup>38</sup>. При этом в использовании указанных обращений имеются свои особенности. Например, члены парламента от одной и той же партии во время дебатов обращаются друг к другу со словами “my right hon. Friend”, в том числе они могут делать это и при обращении к Премьер-министру. Последний к члену парламента от своей же партии может обратиться как “my hon. Friend”, “my right hon. Friend” или “my right hon. and learned Friend”, в том числе и к представителям женского пола. К членам парламента от других партий, в том числе и к лидеру оппозиции Премьер-министр обращается как “the right hon. Gentleman”, а если член парламента от оппозиции женского пола – “the hon. Lady” или “the right hon. and learned Lady”.

Не все члены парламента, особенно новоизбранные, хорошо

разбираются в парламентских условностях (конвенциях), поэтому спикеру Палаты общин (или его заместителю во время отсутствия первого) приходится время от времени вмешиваться в ход дебатов, призывая парламентариев соблюдать правила их ведения. Иногда спикер дает пояснения по этому поводу, как, например, в следующем примере:

Ruth Cadbury (Brentford and Isleworth) (Lab): I thank the previous speaker, the hon. Member for Aldershot (Sir Gerald Howarth), who is also my constituent, but I am afraid I am going to disagree profoundly with you.

Madam Deputy Speaker (Mrs Eleanor Laing): Order. The hon. Lady is not going to disagree with the Chair. She might disagree with the hon. Gentleman, but she will not disagree with the Chair. I am clamping down on this now, because we have been here a long time.

Ruth Cadbury: My sincere apologies, Madam Deputy Speaker. I am still getting used to the conventions of this place. (Hansard. House of Commons, vol. 602, col.1559).

Симптоматично, что вице-спикер делает замечание парламентария в связи с несоблюдением ею парламентских норм придерживаясь принципа негативной вежливости и стремясь по возможности сохранить лицо адресата. Это проявляется в имплицитном выражении упрека, использованного в данном случае в регулятивной функции, что обеспечивается не только лексическими и синтаксическими единицами, но и грамматическими формами, например, использованием форм “is not going to” и “will not” вместо обычных для речевого акта упрека модальных глаголов should или ought с перфектным инфинитивом.

Следует учесть, что британский парламентский дискурс носит опосредствованный характер, так как говорящий обращается не непосредственно к выступающему, а к спикеру, что приводит к использованию моделей, характерных для непрямой коммуникации, например, использования местоимений третьего лица “he”, “she” вместо местоимения второго лица “you”. Сказанное не относится к членам Палаты лордов, которые, в отличие от депутатов Палаты

общин, обращающихся исключительно к спикеру Палаты общин посредством выражения “Mr Speaker”, обращаются не к лорд-спикеру, а к другим членам палаты, используя, в частности, обращение “My Lords”.

Так, во время дебатов по Сирии в Палате общин 7 сентября 2015 г. Д. Кэмерон в своем ответе на выступление члена парламента от лейбористской партии, и.о. лидера парламентской оппозиции Г. Гарман, не обращаясь непосредственно к ней, но имея ввиду ее, 1 раз использовал выражение “the right hon. and learned Lady”, 14 раз местоимение “she” и 4 раза местоимение “her”<sup>39</sup>. Однако в официальном отчете о заседании парламента использованные Д. Кэмероном местоимения “she” и “her” в десяти случаях были заменены на выражение “the right hon. and learned Lady”, в результате чего местоимение “she” в тексте выступления встречается лишь 6 раз<sup>40</sup>. Данный пример свидетельствует о разных требованиях, предъявляемых к устной и письменной речи. Если в устной речи британский премьер-министр позволил себе 14 раз повторить местоимение “she” имея ввиду сидящую прямо напротив него Г. Гарман, то в официальном отчете заседаний парламента это было сочтено не столь приемлемым.

Вместе с тем следует также учитывать специфику жанра политических дебатов в британском парламенте. Хотя для парламентских дебатов присущ формальный стиль общения, нередко парламентарии говорят в разговорном тоне, поскольку во время дебатов они обычно выступают с того места, где сидят и не всегда прибегают к заранее подготовленному тексту. Письменный текст используют главным образом те депутаты, которые выступают с докладом или содокладом по конкретному вопросу, но и в этом случае докладчик при ответе на вопросы вынужден переходить от формального стиля к разговорному. Например, Д. Кэмерон в своем ответе Г. Гарман использовал такие разговорные слова и выражения как I would say, What is going to happen here is, What I would say is, Look (для привлечения внимания), I think и т.д., которые, за исключением I think, не были включены в официальный отчет о

заседании парламента. Причем, в официальном отчете выражения I think, I thought / we think в упомянутом ответе Д. Кэмерона Г. Гарман встречаются в два раза меньше (6/1), чем согласно официальной видеозаписи это было в его речи (12/1). Для сравнения отметим, что в основном докладе Д. Кэмерона по Сирии, который был зачитан им непосредственно до этого, выражение I think встречается лишь 1 раз, да и то в качестве цитаты из его выступления годичной давности. И это не удивительно, ведь для формального стиля, тем более для политического дискурса, главной целью которого является убеждение аудитории, основной характерной чертой должна быть уверенность и полная аргументированность речи.

Следует отметить, что вышеуказанные формы обращения в английском политическом дискурсе имеют национально-культурную маркированность и не совпадают с принятыми формами коммуникации в армянском или русском политическом дискурсах. Так, для армянского парламентского дискурса, как и для русского, обращение выступающего непосредственно к адресату – вполне принятая практика, а избегание прямого обращения к выступающему и ведение дискурса через третье лицо, в данном случае посредством эксплицитного или имплицитного обращения к спикеру, может быть воспринято как неуважительное или даже оскорбительное поведение. Нередко в армянском парламентском дискурсе при прямом обращении к адресату, в том числе и к представителю оппозиции, вместе с фамилией, именем или должностью адресата используется характерное для разговорного стиля слово ջիւի (милый/ая, дорогой/ая) в качестве формы вежливого обращения<sup>41</sup>.

Культурная маркированность политического дискурса определяется использованием в речах политиков как эксплицитных так и имплицитных референций на предыдущие тексты (интертекстуальность), упоминаний культурных реалий, в то числе символических обозначений, прецедентных феноменов, двойных номинаций, а также эксплицитных дейктических описаний и



выражений для интерпретации и понимания которых требуются соответствующие фоновые знания. Например, выступая в Палате лордов, известный британский экономист Джим О'Нил, получивший пожизненный титул пэра и министерскую должность в министерстве финансов, заявил: "My Lords, I am sure that we will have further debates on this topic in the weeks and months ahead, but, as has been clearly articulated by me and others on a number of occasions in this place and the other place, our prime policy is to ensure that as many people as possible throughout our society achieve employment, supported by an increase in the national living wage. I should add that I make these comments after remarkably strong employment data published yesterday" (Hansard. House of Lords, vol. 768, col. 899).

Для понимания того, что использованные в данном отрывке речи дейктические выражения "this place" и "the other place" означают Палату лордов и Палату общин британского парламента нужны соответствующие фоновые знания, которыми британские парламентарии, естественно, владеют, но которые могут не иметь люди, не знакомые с политическими реалиями Великобритании.

Национально-культурная маркированность политической коммуникации, в том числе невербальной, особенно ярко проявляется в ее ритуальности. При этом с точки зрения чужой культуры некоторые ритуалы могут показаться совершенно неприемлимыми если не задействовать характерные для данной культуры фоновые знания и национально- культурный контекст. Среди них можно отметить, например, такие ритуальные действия как удержание заложника из числа членов парламента в Букингемском дворце на период церемонии открытия парламента Великобритании (State opening of Parliament) и тронной речи (Queen's \ King's speech) во избежания того, чтобы депутаты незаконно не лишили монарха свободы, осмотр подвалов Вестминстерского дворца, производимый со времен порохового заговора 1605 г., (Gunpowder Plot), запрет монарху заходить в Палату общин и пренебрежительно-издевательское поведение членов нижней палаты по отношению к посланнику монарха (Black Rod), который

отправляется в Палату общин, чтобы пригласить депутатов присутствовать на королевской речи и т.д. Не менее странным может показаться поведение спикера Палаты общин, который после своего избрания на эту должность отказывается занять положенное для спикера кресло в Палате общин, на которое с применением физической силы его усаживают другие члены парламента (Dragging the Speaker). С точки зрения армянской культуры это может показаться проявлением притворства или неискренности (см. армянскую пословицу с негативной коннотацией «Զեմ ուրու՛մ, ջերս զցի» (Армянские пословицы и поговорки 1973: 173) и ее русский эквивалент «Взяток не берем, а благодарности принимаем» (Даль 1955: 92)), хотя на самом деле эта традиция восходит ко временам, когда спикер Палаты общин, отвечающий перед монархом за решения палаты, мог поплатиться жизнью, если эти решения были неуютны последнему, так что спикера Палаты общин приходилось уговаривать принять эту должность<sup>42</sup>. Все эти как и другие ритуалы имеют символическое значение и предназначены для поддержания авторитета государственной власти. Они находят свое знаковое выражение в языке, выполняя роль культурно-исторического кода.

Политический дискурс или политическая коммуникация имеют два измерения – прагматическое и символическое, которые, однако, взаимосвязаны. Прагматический компонент связан с процессом объективной оценки социально-экономических и политических проблем и формулированием стратегий для их решения. В противоположность этому, символический аспект политического дискурса связан с нормативным восприятием социального порядка, конструированием соответствующих политических реалий, в том числе понятий, представлений и убеждений (Sherlock 2007: 3).

Важную роль в политической коммуникации и, в частности, в символическом дискурсе, принадлежит мифам и их вербальным носителям – мифологемам, являющимися ключевыми знаками политического дискурса. Миф в политическом дискурсе

большинство современных исследователей трактуют как принимаемые на веру определенные стереотипы массового сознания (Маслова 1997: 73; Водак 1997: 23; Шейгал 2000: 177-178). Т. Шерлок определяет политический миф в качестве нарратива прошедших событий, который придает им особую значимость с точки зрения настоящего и будущего (Sherlock 2007: 3). Неудивительно, поэтому, что политические силы всегда стремились дать такую интерпретацию прошедших событий, которая отвечала бы их интересам, в том числе способствовала их усилиям по завоеванию и удержанию власти (Ibid: 5). Мифы, помимо спонтанного народного мифотворчества, очень часто являются результатом преднамеренного конструирования с целью их использования в манипулятивных целях, в том числе обеспечения групповой и национальной сплоченности, легитимности властей и политических институтов.

Исходя из предположения о том, что языковое существование мифа имеет статус прецедентного феномена, Е.И. Шейгал выделяет три типа политических мифов и мифологем, соотнося их с типами вербальных прецедентных феноменов: прецедентным текстом, высказыванием и именем. Содержание мифологемы-текста составляет миф-нарратив, мифологема-высказывание коррелирует с мифом-пропозицией, а мифологема-антропониму соответствует миф-образ.

Одним из важнейших лингвистических механизмов мифообразования, свойственным всем типам мифологем, является гиперболизация.

Мифологема-текст – это прецедентный текст, представляющий собой историографию политического движения или «легенду» политического деятеля. Мифологеме-тексту соответствует миф-нарратив, т.е. сюжетно-развернутое повествование, обладающее элементами легенды, предания, сказки (Шейгал 2000: 187). Например, в когнитивную базу среднего американца, по данным словаря культурной грамотности Э. Хирша (Hirsch et. al. 2002), входят два наиболее известных предания о

первом президенте США Дж. Вашингтоне, созданные его первым биографом в качестве «моральных историй», предназначенных молодежи как образец для подражания. В одном из них («*Washington and the Cherry Tree*») прославляется его честность (*I cannot tell a lie*). В другом превозносится его сила: юноша сумел перебросить камешек или серебряную монету через реку Раппахэннок (the Rappahannock River).

Содержание мифологемы-высказывания составляет миф-пропозиция, которая представляет собой суждение – констатацию ложного или неверифицируемого мнения. Это суждение может быть эксплицировано как в развернутом виде – в форме предложения, так и в свернутом виде – в форме непредикативных единиц, в частности словосочетаний. Миф-пропозиция, выражающий развернутое суждение, реализуется в различных жанрах политической афористики – афоризмах, пословицах, лозунгах, например, «Prosperity is just around the corner» (Н. Hoover), «Every Man is a King» (Н. Long), «Анархия – мать порядка».

Особая разновидность мифологемы-высказывания – предвыборные лозунги, представляющие собой обещания и призывы. В мифологемы их превращает характерная для лозунгового жанра гиперболизация и апологетика, сообщающая пропозиции момент нереального преувеличения (Let's Make America Great Again (R.Reagan), Make America Great Again (D.Trump), Change We Can Believe in, Yes We Can (B. Obama), A brighter, more secure future (The Conservative Party Manifesto 2015), Britain can be better (The Labour Party Manifesto 2015), A chicken in every pot and a car in every garage (Н. Hoover)).

Говоря о мифологеме-антропониме исследователи отмечают, что ассоциативная зона политического антропонима, имеющего статус прецедентного имени, связана с мифом-образом или фреймом. Как отмечает Е.И. Шейгал, практически все имена более или менее известных политиков, попадающих в фокус общественного мнения и, соответственно, массовой коммуникации, являются в той или иной степени мифологемами. Имя политика,

выступающее в функции мифоносителя, содержит в своей когнитивной структуре приписываемые политику атрибуты (честность, смелость, простонародность и т.д.), память о связанных с ним «хрестоматийных» прецедентных ситуациях, а также языковые рефлексии политической коммуникации (лозунги, памятные фразы и пр.). Отдельные фрагменты образного фрейма мифологемы-антропонима могут актуализироваться в поверхностной структуре – в прозвищах и устойчивых номинативных сочетаниях, например, *the Great Communicator* (R. Reagan), *Colossus of Independence* (J. Adams), *Honest Abe* (A. Lincoln) (Шейгал 2000: 192).

К числу важнейших базовых мифов для американцев является миф об американской мечте (*the American dream*), имеющий две ипостаси: материалистическую и моралистическую. Материалистический аспект американской мечты – вера в индивидуализм, независимость и опора на собственные силы, а также одобрение конкуренции, стремления к богатству и успеху. Суть моралистического аспекта американской мечты – вера в соблюдение христианского долга перед ближними, в равенство и демократию, в реформы и мораль (Шейгал 2000: 193).

Для политической коммуникации характерно использование большого количества политических реалий, которые, однако, могут иметь различную национально-культурную специфику. Национальная специфика ряда политических реалий, которые Е.И.Шейгал называет мифологемами-интернационалистами (политические термины, интернациональные по денотативному содержанию, имена политиков с мировой известностью и др.), обусловлена их вхождением в культурные модели, которые опираются на базовые ценности данного общества и лежат в основе интерпретации действительности его представителями. Поэтому один и тот же объект в разных культурных моделях будет соотноситься с разными точками отсчета и, соответственно, иметь разную ценностную значимость. (Шейгал 2000: 200).

Ряд других политических реалий, которые Е.И.Шейгал называет мифологемами-реалиями, могут либо вообще не иметь

эквивалентов в другой лингвокультуре и при необходимости транслироваться описательно, либо присутствовать в ней в качестве экзотизмов – знаков чужой политической культуры. Логическим следствием денотативной лакунарности является лакунарность коннотативная. Например, мифологема *Camelot* (*Камелот*), восходящая к названию столицы короля Артура и его благородных рыцарей (“truth, goodness, and beauty reigned in Camelot”) содержит идеализацию президентства Дж. Ф. Кеннеди (*American Camelot*), романтический миф о минувшей эпохе аристократизма и элегантности (Шейгал 2000: 202; Hirsch 2002: 31).

Значительное место в политическом дискурсе занимает афористика, которая представляет собой корпус прецедентных высказываний политиков, вошедших в фонд прецедентных высказываний той или иной лингвокультуры в силу своей популярности и потому воспроизводимости. Критерий прецедентности делает возможным широкий подход к афористике, аналог которого находим в работе Е.М. Верещагина и В.Г. Костомарова. Авторы включают в число языковых афоризмов следующие типы единиц: 1) пословицы и поговорки; 2) крылатые слова – «краткие цитаты, образные выражения, изречения исторических лиц»; 3) призывы, девизы, лозунги и «другие крылатые фразы, которые выражают определенные философские, социальные, политические воззрения»; 4) общественно-научные формулы и естественнонаучные формулировки (Верещагин, Костомаров 1990: 71-72).

Пословицы в политическом дискурсе можно разделить на две группы; а) Пословицы общезыкового паремиологического фонда, которые по характеру своего содержания (закономерности социальных отношений, человеческого поведения) приложимы к интерпретации политической реальности и используются политиками в речи, например: *Don't change horses in mid-stream* (*A.Lincoln*); *Root, hog, or die.* (*Если хочешь сохранить должность, работай, как следует*; букв. *Рой землю, борю, а то умрешь*). Политическая реальность в этих пословицах выступает в качестве

вторичного референта. б) Собственно политические пословицы, возникшие в ходе политической коммуникации и изначально отображающие политическую реальность, которая в них является первичным референтом, хотя для ее отображения используются образные средства: “*We don't mistrust each other because we're armed; we're armed because we mistrust each other*”)(Р. Рейган).

С точки зрения функциональной ориентации в подсистеме афористики выделяются знаки интеграции, ориентации и агональности. К знакам интеграции относятся заголовки, девизы, программные заявления и лозунги, интенция которых состоит в сплочении и воодушевлении приверженцев общей идеи. В интегрирующих высказываниях особую значимость приобретает эксплицитная констатация единства при помощи лексем совместности: *Together a New Beginning* (предвыборный лозунг Р. Рейгана).

К знакам ориентации принадлежат два типа единиц политической афористики: а) высказывания, способствующие идентификации политических лидеров; б) высказывания, позволяющие ориентироваться в задачах и принципах политической борьбы. Второй тип ориентационной афористики включает высказывания в проективной, дидактической и страгемной функции. Они как бы отвечают на вопросы: Каковы задачи? Что надо делать? Как действовать? Как добиваться цели? Какими принципами руководствоваться? Дидактическая функция политической афористики реализуется преимущественно максимами и пословицами, в которых постулируются этические нормы и принципы политической деятельности: *Демократия – это не вседозволенность..*

К агональным знакам относятся высказывания, отражающие акциональный аспект политического дискурса, предназначенные для вовлечения в политическую деятельность и руководства поведением субъектов политики. Иллокутивная сила директивности характерна для жанров девиза, лозунга, программного заявления, среди которых преобладают речевые акты призыва и требования. Агональность

этих жанров афористики заключается в том, что они используются как инструмент политической борьбы непосредственно в ходе политических акций: *Вся власть Советам! Fifty Four Forty or Fight!* (54-я параллель или война! – экспансионистский лозунг демократов в предвыборной кампании Дж. Полка, 1844 г).

Таким образом, политическая коммуникация представляет собой речевую деятельность, ориентированную на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям, для выработки общественного согласия, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе. Главной функцией политической коммуникации является борьба за политическую власть на основе использования коммуникативной деятельности.

## **Выводы по главе 2**

Политическая коммуникация представляет собой речевую деятельность, ориентированную на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям, для выработки общественного согласия, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе. Главной функцией политической коммуникации является борьба за политическую власть на основе использования коммуникативной деятельности.

Политический дискурс, как и другие виды дискурса, имеет два измерения: реальное и виртуальное. Под реальным измерением понимается текущая речевая деятельность в определенном социальном пространстве, а также возникающие в результате данной деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии лингвистических, паралингвистических и экстралингвистических факторов. Виртуальное измерение дискурса представляет собой семиотическое пространство, включающее



вербальные и невербальные знаки, ориентированные на обслуживание сферы политической коммуникации, тезаурус прецедентных высказываний, набор моделей речевых действий и жанров, специфических для общения в данной сфере.

Под языком политики понимается терминология и риторика политической деятельности, где политики выступают в своей профессиональной роли (подобно дискурсам других профессиональных сфер). Специфика профессиональных языков, в том числе языка политики, заключается в лексике, предназначенной для номинации референтов той или иной предметной области деятельности.

Политический дискурс характеризуется высокой степенью манипулятивности. Манипуляция как речевое воздействие направлено на неявное, скрытое побуждение адресата к совершению действий, служащих осуществлению интересов отправителя сообщения, которые необязательно совпадают с интересами адресата.

Поскольку власть как психологический феномен включает иррациональный и эмоциональный уровни, общение на политические темы никогда не бывает нейтральным или объективным, ему свойственна оценочная акцентированность, пристрастность, аффективность.

Контексты, являясь субъективной интерпретацией коммуникативной ситуации ее участниками, вместе с тем социально обусловлены, т.к. основываются на идеологиях, общих и специальных знаниях, правилах, нормах, ценностях и других когнитивных компонентах определенного дискурсивного сообщества.

## **ПРИМЕЧАНИЯ**

---

<sup>1</sup> Оппозиция «свои - чужие» или «друг - враг» является базовой для политического дискурса так же, как оппозиция «добро - зло» является базовой для области морального, «прекрасное - безобразное» в области эстетического, «полезное - вредное» или «рентабельное - нерентабельное» -

---

в сфере экономического (Шейгал 2000: 150).

<sup>2</sup> В первой книге “Риторики” Аристотель подчеркивает, что убеждение достигается, во-первых, характером и поведением оратора (ethos), во-вторых, его эмоциональным воздействием на слушателей, умением вызвать у них соответствующие обстановке чувства и настроения (pathos) и, в-третьих, содержанием логических доказательств (logos). Все эти методы убеждения у него выступают как равноправные или почти равноправные, хотя, как логик и философ, он понимал, что фундаментом убеждения является логическая аргументация, включающая дедукцию и индукцию, силлогизмы и примеры. Тем не менее, он признавал, что в некоторых случаях характер оратора оказывается наиболее эффективным средством убеждения, которым он обладает (Аристотель 2000: 9; Котельникова, Рузавин 2001: 25).

<sup>3</sup> <http://www.vestifinance.ru/articles/72013>

<sup>4</sup> URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/08/25/hillary-clintons-alt-right-speech-annotated/>

<sup>5</sup> URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/eureferendum/12184958/EU-referendum-Boris-Johnson-outlines-case-for-Brexit-on-Andrew-Marr-Show-live-updates.html>

<sup>6</sup> URL: <https://armenpress.am/arm/news/815762/ankaran-rusastan-e-uxarkel--turqakan-hosq-i-hamadzaynagri.html>

<sup>7</sup> <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/01/21/inaugural-address-president-barack-obama>

<sup>8</sup> <http://obamaspeeches.com/>

<sup>9</sup> URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/01/21/inaugural-address-president-barack-obama>

<sup>10</sup> <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=8032>

<sup>11</sup> <http://www.newstatesman.com/blogs/the-staggers/2011/02/terrorism-islam-ideology>

<sup>12</sup> URL: [http://www.bbc.com/russian/uk/2015/03/150319\\_britain\\_race\\_correctness](http://www.bbc.com/russian/uk/2015/03/150319_britain_race_correctness)

<sup>13</sup> URL: [http://www.nytimes.com/2016/01/13/us/politics/obama-2016-sotu-transcript.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2016/01/13/us/politics/obama-2016-sotu-transcript.html?_r=0)

<sup>14</sup> <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaislamicsocietybaltimore.htm>

<sup>15</sup> URL: <http://www.nytimes.com/2015/01/21/us/politics/obamas-state-of-the-union-2015-address.html>

<sup>16</sup> URL: <http://obamaspeeches.com/E11-Barack-Obama-Election-Night-Victory-Speech-Grant-Park-Illinois-November-4-2008.htm>

<sup>17</sup> URL: [http://avalon.law.yale.edu/19th\\_century/lincoln2.asp](http://avalon.law.yale.edu/19th_century/lincoln2.asp)

<sup>18</sup> URL: <http://blogs.wsj.com/washwire/2015/06/16/donald-trump-transcript-our-country-needs-a-truly-great-leader>

<sup>19</sup> URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/transcript-donald->

---

trump-unveils-america-first-foreign-policy-platform-a7004301.html

<sup>20</sup> URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/07/21/full-text-donald-trumps-prepared-remarks-accepting-the-republican-nomination/>

<sup>21</sup> URL: <http://blogs.wsj.com/washwire/2015/06/16/donald-trump-transcript-our-country-needs-a-truly-great-leader/>; URL: <http://time.com/4245134/super-tuesday-donald-trump-victory-speech-transcript-full-text/>

<sup>22</sup> URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/10/10/donald-trump-hillary-clinton-and-why-some-people-might-vote-for-the-devil/>

<sup>23</sup> URL: <http://blogs.wsj.com/washwire/2015/06/16/donald-trump-transcript-our-country-needs-a-truly-great-leader/>; URL: <http://time.com/4245134/super-tuesday-donald-trump-victory-speech-transcript-full-text/>

<sup>24</sup> URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/eu-referendum-brexit-latest-live-david-cameron-full-speech-remain-leave-a7093426.html>

<sup>25</sup> URL: <http://time.com/4245134/super-tuesday-donald-trump-victory-speech-transcript-full-text/>

<sup>26</sup> URL: <http://obamaspeeches.com/E11-Barack-Obama-Election-Night-Victory-Speech-Grant-Park-Illinois-November-4-2008.htm>

<sup>27</sup> URL: <https://www.whitehouse.gov/blog/2009/01/21/president-barack-obamas-inaugural-address>

<sup>28</sup> URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/01/21/inaugural-address-president-barack-obama>;

URL: <https://www.whitehouse.gov/blog/2009/01/21/president-barack-obamas-inaugural-address>

<sup>29</sup> URL: <http://www.nytimes.com/2008/08/28/us/politics/28text-obama.html>

<sup>30</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=43130>

<sup>31</sup> <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobamademocraticnominatio nvictoryspeech.htm>

<sup>32</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=8032>

<sup>33</sup> URL: <https://www.whitehouse.gov/blog/2009/01/21/president-barack-obamas-inaugural-address>

<sup>34</sup> URL: <http://obamaspeeches.com/E11-Barack-Obama-Election-Night-Victory-Speech-Grant-Park-Illinois-November-4-2008.htm>

<sup>35</sup> URL: <https://www.whitehouse.gov/blog/2009/01/21/president-barack-obamas-inaugural-address>

<sup>36</sup> URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/01/21/inaugural-address-president-barack-obama>

<sup>37</sup> В Палате лордов фраза “give way” не имеет какого-либо эквивалента, хотя бывшие члены Палаты общин порой по привычке могут использовать ее. <http://www.parliament.uk/site-information/glossary/give-way/>

<sup>38</sup> В официальных отчетах о заседаниях британского парламента (Hansard), допускающих незначительные редакторские правки, слово honourable дается в аббревиатуре (hon.) и если из контекста не понятно о ком идет

---

речь, обычно в скобках указывается имя парламентария. Практика использования таких выражений изначально имела цель предотвратить возможный накал страстей во время дебатов (Oxford Guide to British and American Culture 2000: 405). В Палате лордов принятыми формами обращения являются My Lords, noble Lords, the noble Lord, the noble Baroness (например, the noble Lord, Lord Brooke; the noble Baroness, Lady Evans, однако возможно и без указания фамилии). Члены одной и той же партии обращаются друг к другу как my noble friend (например, my noble friend, Lord Brooke).

<sup>39</sup>(<http://parliamentlive.tv/event/index/a472a129-39b4-4c22-a8f4-f0785e2cf856?in=15:30:16>)

<sup>40</sup> Hansard. House of Commons, vol. 599, col. 29-31. Местоимения “we” и “I” были употреблены соответственно 35 и 15 раз, причем, местоимение множественного числа “we”, использованное в эксклюзивном смысле (т.е. без включения в себя адресата сообщения), имело наибольшую частотность из всех значимых слов (2.83%) и противопоставлялось местоимению единственного числа “she” с имплицитным смыслом того, что говорящий выражает мнение большинства, в то время как противоположная сторона находится в меньшинстве.

<sup>41</sup><http://www.parliament.am/transcript.php?AgendaID=2954&day=07&month=12&year=2015&lang=arm#07.12.2015>;  
<http://www.parliament.am/transcript.php?AgendaID=2963&day=10&month=12&year=2015&lang=arm#10.12.2015>

<sup>42</sup> URL: [www.parliament.uk/about/how/role/customs/](http://www.parliament.uk/about/how/role/customs/)

### **ГЛАВА 3. КОНЦЕПТУАЛЬНО-ЦЕННОСТНЫЙ АСПЕКТ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ КОНТЕКСТЕ**

#### **1. Концептуальная картина мира и речевая коммуникация**

В современных условиях глобализации, с одной стороны, и усиления движений за отстаивание национальных суверенитетов, с другой, важное значение приобретает анализ и решение проблем, возникающих в межкультурном общении. Как показывают исследования, многие проблемы межкультурного взаимодействия напрямую связаны с темой когнитивного сознания и национальной когнитивной картины мира.

Национальная когнитивная картина мира представляет собой общее, устойчивое, повторяющееся в картинах мира отдельных представителей народа. В связи с этим национальная картина мира, с одной стороны – некоторая абстракция, а с другой – когнитивно-психологическая реальность, обнаруживающаяся в мыслительной, познавательной деятельности народа, в его поведении – физическом и вербальном. Национальная картина мира обнаруживается в единообразии поведения народа в стереотипных ситуациях, в общих представлениях народа о действительности, в высказываниях и «общих мнениях», в суждениях о действительности, пословицах, поговорках и афоризмах (Попова, Стернин 2007: 39).

Каждый социум обладает специфической, характерной только для него картиной мира. Язык является одним из средств описания, отображения реальной действительности, но так как восприятие мира людьми неодинаково, то языковая картина мира, отражающая когнитивную картину мира, у них различна. Носитель конкретной этнической культуры имеет свое специфичное сознание, состоящее из образов и представлений, бытующих в данной культуре, и он использует эти специфичные образы сознания, ассоциированные со словами, для построения мыслей в ходе речевого общения, осуществляемого по правилам грамматики

своего национального языка. Следовательно, для достижения взаимопонимания необходимо, чтобы коммуниканты обладали общностью знаний об используемом языке и общностью знаний о мире в форме образов сознания. Как отмечает Е.Ф.Тарасов, «общность языковых сознаний – необходимая предпосылка речевого общения; неполная общность является основной причиной коммуникативных конфликтов – конфликтов непонимания партнерами друг друга – и есть следствие их принадлежности к разным национальным культурам. Таким образом, межкультурное общение – это случай функционирования сознания в аномальных («патологических») условиях, когда отсутствует оптимальная общность сознаний коммуникантов» (Тарасов 1998: 30).

Определяя психологическую природу речи, А.Н.Леонтьев отмечал, что в речи (и, соответственно, в слове) следует различать ее физическую внешнюю сторону и ее семическую (семантическую, смысловую) сторону. Слово как единица человеческой членораздельной речи, во-первых, имеет предметную отнесенность (что составляет специфический признак человеческого слова) и, во-вторых, имеет значение, то есть является носителем обобщения (Леонтьев 2003: 23). Эта двойственная противоречивая характеристика речевых текстов, – как отмечает Е.Ф.Тарасов, – свойственна всем знакам. «Речевые тексты, объясняемые в понятиях опредмечивания/распредмечивания, – пишет он, – представляют собой сложнейшие образования. С одной стороны, они суть предметы, в форме которых опредмечены некоторые способности человека, а с другой – это знаковые образования, в которых зафиксированы, но не опредмечены, не запечатлены в самой форме знаков идеальные образования, на которые языковые знаки только указывают косвенно, непрямо, превращенно. Для распредмечивания речевого текста необходимы лингвистические знания, а для распредмечивания предметов, на которые указывается в тексте, требуются также и энциклопедические знания. Различие двух видов знаний, необходимых для понимания текста, уже давно в разной форме осознается в лингвистике» (Тарасов 1994: 110).

Отображение действительности носителем языка очень часто не зависит и не вытекает из значений используемых им языковых категорий, не только лексических, но и грамматических, как, например, в случае использования в английском языке временных форм для выражения отношения – раздражения, удивления, недоумения, отношения к поведению человека в данной ситуации и т.д. Поэтому, без обращения к системе представлений в сфере когнитивного сознания народа, без формирования целостной языковой и концептуальной картины мира и осознания культуры как системы в целом обучение языковым формам и ознакомление с их функциональными особенностями не только бессмысленно, но и чревато постоянными конфликтами непонимания или неполного понимания в межкультурном общении.

Как отмечают З.Д Попова и И.А Стернин, когнитивная картина мира существует в виде концептов, образующих концептосферу народа, языковая картина мира – в виде значений языковых знаков, образующих совокупное семантическое пространство языка. На непосредственное мышление и поведение человека в той или иной ситуации когнитивная картина мира влияет, а языковая – нет, именно в силу своей опосредованности, вторичности.

Концептосфера – это чисто мыслительная сфера, состоящая из концептов, существующих в виде мыслительных картинок, схем, понятий, фреймов, сценариев, гештальтов (более или менее сложных комплексных образов внешнего мира), абстрактных сущностей, обобщающих разнообразные признаки внешнего мира. Концептосфере принадлежат и когнитивные классификаторы, способствующие определенной, хотя и нежесткой организации концептосферы.

В информационной базе человека есть компоненты (концепты), общие для всех народов; есть национально-специфические концепты (имеющие национальное своеобразие при частичном совпадении по содержанию у разных народов), а также сугубо национальные, безэквивалентные, эндемические концепты,

характерные только для национального сознания отдельного народа.

Значительная часть концептосферы народа представлена в семантическом пространстве его языка, что и делает семантическое пространство языка предметом изучения когнитивной лингвистики. Однако получить знания о всей концептосфере народа, группы людей или отдельного человека только по изучению семантического пространства нельзя, поскольку концептосфера гораздо объемней и шире семантического пространства языка (Попова, Стернин 2007: 49-52).

Различные народы мира классифицируют, казалось бы, одни и те же реалии совершенно неожиданно. Набор когнитивных классификаторов часто оказывается глубоко национальным. Когнитивные классификаторы могут иметь формальное выражение в виде артиклей, окончаний, других служебных средств языка, но могут быть обнаружены и при анализе значений слов. Соответствующие признаки или слои концепта вполне могут не иметь языкового обозначения в родном языке человека (Попова, Стернин 2007: 64-65).

В основе когнитивного подхода к языку лежит понимание и изучение его как средства формирования и выражения мысли, хранения и организации знания в человеческом сознании, обмена знаниями. Центральным понятием когнитивной лингвистики является концепт, который рассматривается исследователями в качестве единицы сознания и мышления, некоего знания, хранимого в памяти в виде фреймов. Фрейм (по М.Минскому) – «это структура данных для представления визуальной стереотипной ситуации, особенно при организации больших объемов памяти» (Маслова 2011: 34). Фрейм подразделяется на слоты, заполняемые в зависимости от объекта речи, ситуации и знаний самих коммуникантов. Таким образом, концепт – это весь тот «пучок» представлений, понятий, знаний, ассоциаций, переживаний, который сопровождает слово (Степанов, 2004).

Большинством ученых фрейм трактуется в основном как один из способов ментальной репрезентации концепта, которая



определяется и индивидуальными особенностями языковой личности, и спецификой кодируемого представления. Фрейм как модель культурно-обусловленного знания вмещает содержание концепта и может успешно использоваться для моделирования структуры концепта, а также типовой ситуации, отмеченной культурной специфичностью.

Т.А. ван Дейк полагает, что фреймы не произвольные выделяемые «куски» знаний, а единицы знания, организованные в концептуальные системы, вокруг некоторого концепта, содержащего основную, типическую и потенциально возможную информацию, ассоциируемую с тем или иным концептом. Они имеют более или менее конвенциональную природу и поэтому могут определять или описывать то, что в данном обществе является «характерным и типичным» (Дейк 1998: 16 -17).

По мнению В.А.Масловой, в зависимости от типа концепта отчасти меняется методика его описания: «Известны различные типы структур представления знаний – фрейм, схема или сценарий, картинка или мыслительный образ, скрипт и т.д. Их объединяет то, что все они есть совокупность информации, хранимой в памяти, которая обеспечивает адекватную когнитивную обработку стандартных ситуаций» (Маслова. 2006: 59).

Изучению языковых форм репрезентации концепта сейчас уделяется много внимания. Существует множество методов и приемов исследования концептов: анализ лексической сочетаемости ключевого слова, анализ синонимического ряда ключевого слова, построение деривационного поля ключевого слова, анализ паремий, объективирующих концепт, психо-лингвистический эксперимент и др.<sup>1</sup>

Лингво-когнитивный подход к коммуникации, как следует из самого названия, предполагает анализ как собственно-лингвистических, так и когнитивных аспектов коммуникации и, как отмечает В.В. Красных, позволяет выделять и анализировать два основных плана коммуникации: 1) общелингвистический аспект, который релевантен для любой коммуникации, любого дискурса,

любого коммуникативного акта, любого языка, на котором осуществляется общение; 2) национально-детерминированный компонент, который актуален для национального дискурса, предопределяя национальную специфику последнего. Другими словами, «данный подход позволяет, с одной стороны, анализировать универсальное в коммуникации, осуществлять комплексный анализ и структурировать коммуникацию с учетом всех факторов, влияющих на коммуникацию и обуславливающих ее протекание, а с другой – определять и исследовать национальное в коммуникации, выявлять и описывать национально-специфические составляющие коммуникации, т.к. дает возможность определить и исследовать феномены, которые отражают основные черты национального ментально-лингвального комплекса и, следовательно, обуславливают национальную специфику самой коммуникации» (Красных 2000: 41).

Многие исследователи различных областей знаний рассматривают коммуникацию как взаимодействие, «интеракцию» и всячески подчеркивают ее социальный характер. Согласно В.В.Красных, «человеческая коммуникация есть процесс взаимодействия двух и более языковых личностей с целью передачи / получения / обмена информацией, т. е. того или иного воздействия на собеседника, необходимого для осуществления совместной деятельности» (Красных 2000: 41-42). Ведь общение, коммуникация, – как отмечает А.А. Леонтьев, – «это в первую очередь не что иное, как способ внесения той или иной коррекции в образ мира собеседника. Чтобы язык мог служить средством общения, за ним должно стоять единое или сходное понимание реальности» (Леонтьев 2003: 272).

Полюсы коммуникативной модели, пишет В.В.Красных, представлены сознанием говорящего и сознанием слушающего. «Сознание же (языковое сознание) как феномен всегда тесно связано с культурой, оно национально-, культурозависимо (в отличие от культуронезависимого интеллекта как способности и мышления как процесса, в котором проявляется и сознание, и интеллект)»

(Красных 2000: 44).

Лингво-когнитивный подход к коммуникации позволяет выявлять, анализировать и структурировать то, что имеет непосредственное отношение к национальным особенностям сознания. Национальная специфика ментально-лингвального комплекса структурируется с помощью такой единицы, как фрейм-структура сознания, которая есть когнитивная единица, формируемая клише/штампами сознания и представляющая собой «пучок» предсказуемых валентных связей (слотов), векторов направленных ассоциаций. В виде фрейм-структур сознания в сознании хранятся прецедентные феномены и стереотипы-представления.

Стереотип-представление понимается как структура ментально-лингвального комплекса, которая формируется инвариантной совокупностью валентных связей, приписываемых данной единице и репрезентирующих образ, представление феномена, стоящего за данной единицей, в национально-культурной маркированности данного «концепта» (образа, представления) при определенной предсказуемости направленных ассоциативных связей (Красных 2000: 45). По определению В.В. Красных, «национальный концепт есть самая общая, максимально абстрагированная, но конкретно репрезентируемая (языковому) сознанию, подвергшаяся когнитивной обработке идея предмета в совокупности всех валентных связей, отмеченных национально-культурной маркированностью» (Красных, 2000: 45).

Е.С. Кубрякова предлагает такое определение концепта: «Концепт – оперативная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, квант знания. Самые важные концепты выражены в языке» (Кубрякова 1996: 90-92).

Согласно В.И. Карасику, лингвокультурный концепт является сложным многомерным ментальным образованием, включающим образно-перцептивный, понятийный и ценностный компоненты (Карасик 2002: 91).

З.Д. Попова и И.А. Стернин считают, что именно концепт является ключевым понятием когнитивной лингвистики. По их определению концепт – это «дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» (Попова, Стернин 2007: 24)

Данное определение концепта З.Д. Поповой и И.А.Стернина полемизирует с некоторыми признаками концепта, выделяемыми другими авторами и научными школами. Суммируя некоторые из этих «несогласий», З.Д. Попова и И.А.Стернин отмечали, что концепты правильнее интерпретировать прежде всего как единицы мышления, а не памяти, поскольку их основное назначение – обеспечивать процесс мышления. Они выступают и как хранители информации, но являются ли они единицами памяти, еще предстоит доказать (Попова, Стернин 2007: 25).

С точки зрения вышеуказанных авторов, концепт не обязательно имеет языковое выражение – существует много концептов, которые не имеют устойчивого названия и при этом их концептуальный статус не вызывает сомнения (ср. есть концепт и слово *молодожены*, но нет слова «старожены», хотя такой концепт в концептосфере народа, несомненно есть). Далеко не все концепты «отправляют к высшим духовным сущностям» – многие концепты носят эмпирический характер (бежать, красный, окно, рука, нога, голова и т.д.). Не обязательна и этнокультурная специфика для концепта – есть множество концептов, у которых или нет никакой этнокультурной специфики (например, многие бытовые концепты), или она исчезающе мала, и чтобы ее найти, надо приложить исключительные усилия. Кроме того, не все концепты имеют и ценностную составляющую – с точки зрения З. Д. Поповой и И.А.

Стернина, к примеру, пространственные и временные концепты не имеют ценностной составляющей, да и во многих других случаях ценностную составляющую приходится искать «с пристрастием» (Попова, Стернин 2007: 25).

Говоря о сложившихся в когнитивной лингвистике научных направлениях исследователи выделяют два основных подхода: лингвокогнитивный и лингвокультурный (Балашова 2004: 6). Лингвокультурный подход предполагает изучение специфики национальной концептосферы от культуры к сознанию. Этот подход определяет концепт как базовую единицу культуры, обладающую образным, понятийным и ценностным компонентами, с преобладанием последнего.

Представители лингвокогнитивного подхода исходят из того, что в основе знаний о мире лежит такая единица ментальной информации, как концепт, которая и обеспечивает «выход на концептосферу социума». С позиций лингвокогнитивного подхода к изучению концепта была разработана его полевая модель, представленная в терминах ядра и периферии (Попова, Стернин, 2007: 10).

Как отмечает В.И. Карасик, вышеуказанные подходы различаются векторами по отношению к индивиду: лингвокогнитивный концепт – это направление от индивидуального сознания к культуре, а лингвокультурный концепт – это направление от культуры к индивидуальному сознанию. В то же время автор отмечает, что «разделение движения вовне и движения вовнутрь является исследовательским приемом, в реальности движение является целостным многомерным процессом» (Карасик 2002: 97).

З.Д. Попова и И.А. Стернин выделяют большее число направлений в когнитивной лингвистике, которые определились на сегодняшний день: культурологическое – исследование концептов как элементов культуры в опоре на данные разных наук (Ю.С. Степанов). Такие исследования обычно де-факто междисциплинарны, не связаны исключительно с лингвистикой,

хотя могут выполняться и лингвистами (что и позволяет рассматривать данный подход в рамках когнитивной лингвистики); язык в этом случае выступает лишь как один из источников знаний о концептах (например, для описания концепта используются данные об этимологии слова, называющего этот концепт); лингвокультурологическое – исследование названных языковыми единицами концептов как элементов национальной лингвокультуры в их связи с национальными ценностями и национальными особенностями этой культуры: направление «от языка к культуре» (В.И.Карасик, С.Г.Воркачев и др.); логическое – анализ концептов логическими методами вне прямой зависимости от их языковой формы (Н. Д. Арутюнова и др.); семантико-когнитивное – исследование лексической и грамматической семантики языка как средства доступа к содержанию концептов, как средства их моделирования от семантики языка к концептосфере (Е.С.Кубрякова, З.Д.Попова, И.А.Стернин и др.).

Как отмечают З.Д. Попова и И.А. Стернин, каждое из этих направлений можно считать уже достаточно оформившимся в современной лингвистике, все они имеют свои методические принципы (объединяет их все прежде всего теоретическое представление о концепте как единице сознания) и все они имеют своих сторонников среди лингвистов – когнитологов, их представляют достаточно известные научные школы. В то же время, как отмечают указанные ученые, предлагаемые разграничения направлений, как и отнесение отдельных ученых к тем или иным направлениям достаточно условно, так как многие ученые на разных этапах своей научной деятельности работали в рамках разных концепций, но, с точки зрения З.Д.Поповой и И.А.Стернина, подобная классификация отражает основные действующие в современной когнитивной лингвистике тенденции (Попова, Стернин 2007: 12).

Важнейшим понятием когнитивной лингвистики является понятие концептосферы – области знаний, составленной из концептов как ее единиц. Термин «концептосфера» был введен

академиком Д.С.Лихачевым, по определению которого концептосфера – это совокупность концептов нации, она образована всеми потенциями концептов носителей языка. Концептосфера народа шире семантической сферы, представленной значениями слов языка. Чем богаче культура нации, ее фольклор, литература, наука, изобразительное искусство, исторический опыт, религия, тем богаче концептосфера народа (Лихачев 1993: 5).

Как отмечают З.Д.Попова и И.А.Стернин, и концепты, и соответственно концептосфера – сущности ментальные (мыслительные), ненаблюдаемые. Современные научные данные убедительно подтверждают реальность существования концептосферы и концептов, а именно, реальность мышления, не опирающегося на слова (невербального мышления) (Попова, Стернин 2007: 25-26).

Концептосфера, по мнению ученых, носит, по-видимому, достаточно упорядоченный характер, при котором концепты, образующие концептосферу, по отдельным своим признакам вступают в системные отношения сходства, различия и иерархии с другими концептами. Конкретный характер системных отношений концептов требует исследования, но общий принцип системности, несомненно, на национальную концептосферу распространяется, поскольку само мышление предполагает категоризацию предметов мысли, а категоризация предполагает упорядочение ее объектов. Таким образом, заключают З.Д.Попова и И.А.Стернин, концептосфера – *это упорядоченная совокупность концептов народа, информационная база мышления.*

В.В. Красных использует термины *когнитивное пространство* и *когнитивная база* для характеристики знаний и представлений языковой личности. Каждый человек говорящий, каждая языковая личность обладает некоторым набором знаний и представлений. Эти знания и представления могут носить не только индивидуальный, но и коллективный характер, т.е. быть общими для данного национально-лингво-культурного сообщества. Но поскольку личность входит в общество через социальные группы,

человек может владеть также дополнительной, специальной информацией и знаниями, обязательными для члена профессиональной группы, профессионального социума. Поэтому, мы имеем дело не с двумя, но с тремя «наборами» знаний и представлений: индивидуальным и двумя коллективными: социумным и национальным. Соответственно, автором выделяются *индивидуальное когнитивное пространство (ИКП)* – определенным образом структурированная совокупность знаний и представлений, которыми обладает любая (языковая) личность, каждый человек говорящий; *коллективное когнитивное пространство (ККП)* – определенным образом структурированная совокупность знаний и представлений, которыми необходимо обладают все личности, входящие в тот или иной социум; *когнитивная база (КБ)* – определенным образом структурированная совокупность необходимо обязательных знаний и национально-детерминированных и минимизированных представлений того или иного национально-лингво-культурного сообщества, которыми обладают все носители того или иного национально-культурного менталитета (Красных 2003: 61).

Как отмечает В.В.Красных, в качестве субъекта коммуникации выступает человек говорящий, определяемый как личность, одним из видов деятельности которой является речевая деятельность (охватывающая как порождение, так и восприятие речевых произведений).

Коммуникация, как любой процесс, разворачивающийся во времени и пространстве, поддается структурированию. Основной единицей коммуникации является коммуникативный акт, понимаемый как функционально цельный фрагмент коммуникации, ядром которого является текст (монолог, диалог или полилог). Каждый коммуникативный акт имеет две структурные составляющие: ситуацию (фрагмент объективно существующей реальности, частью которой может быть и вербальный акт) и дискурс (вербализованная речемыслительная деятельность, предстающая как совокупность процесса и результата, обладающая



собственно-лингвистическим и лингво-когнитивным планами). В каждом коммуникативном акте выделяются четыре компонента и, следовательно, четыре аспекта: 1) экстралингвистический аспект связан с ситуацией; 2) семантический аспект определяется контекстом, последний есть имплицитно или эксплицитно выраженные смыслы, реально существующие, являющиеся частью ситуации, отражающиеся в дискурсе и актуальные для данного коммуникативного акта; 3) когнитивный аспект непосредственно связан с пресуппозицией, понимаемой как зона пересечения когнитивных пространств, в зависимости от которых различают микропресуппозицию (соотносится с индивидуальным когнитивным пространством – ИКП), социумную пресуппозицию (соотносится с коллективным когнитивным пространством – ККП, макропресуппозицию (соотносится с когнитивной базой – КБ); 4) собственно-лингвистический аспект обуславливается речью, т. е. продуктом непосредственного речепроизводства, тем, что продуцируют коммуниканты.

Согласно В.В.Красных, проблемы в общении возникают в первую очередь тогда, когда нет макропресуппозиции и/или социумной (константной) пресуппозиции, т.е. когда не совпадают коллективные когнитивные пространства (ККП) и когнитивные базы (КБ) коммуникантов, что имеет место при межкультурном и/или межсоциумном общении. (Красных 2000: 43)<sup>2</sup>.

З.Д.Попова и И.А.Стернин, считая необходимым разграничение индивидуальной и национальной концептосфер, отмечают, что в концепции В.В.Красных остается непонятной разница между коллективным когнитивным пространством и когнитивной базой. В этой связи они пишут: «Представляется, что базовое стереотипное ядро знаний или когнитивная база народа действительно существует, но выделяется из индивидуальных концептосфер как некоторая их часть, в равной мере присвоенная всеми членами лингвокультурного сообщества» (Попова, Стернин, 2007: 26). Согласно указанным авторам можно говорить также о существовании групповых концептосфер (профессиональных,

возрастных, гендерных и т.д.). Все эти концептосферы представляют интерес для когнитивной лингвистики, можно сопоставлять групповые и индивидуальные концептосферы с национальной концептосферой, групповые концептосферы с индивидуальными, групповые и индивидуальные концептосферы друг с другом и т.д. Широко практикуется в когнитивной лингвистике и сопоставление различных национальных концептосфер между собой, что позволяет выявить национальную специфику концептуализации сходных явлений сознанием разных народов, выявить безэквивалентные концепты и концептуальные лакуны (отсутствие концепта) (Попова, Стернин 2007: 27).

В этой связи определенный интерес представляет получившая широкое распространение в зарубежной лингвистике теория прототипов, разработанная в русле лингвокогнитивного подхода. Указанная теория дает возможность понять принципы формулирования высказывания, текста адресантом и его восприятия и интерпретации адресатом. Поскольку прототипы имеют ярко выраженную культурную маркированность, знание указанных принципов приобретает не только теоретическую, но и практическую значимость в контексте межкультурной коммуникации.

Согласно Э.Хиршу, понимание речи осуществляется посредством использования накопленных в прошлом знаний, хранящихся в памяти в виде прототипов – абстрактных образов, воплощающих наиболее репрезентативные признаки одной и той же категории, наиболее типичные примеры одного и того же понятия. Эти прототипы лежат в основе соответствующих схем (фреймов), представляющих собой не конкретные образы, а абстрактные мысленные образования, имеющие определенные национально-культурные особенности (Hirsch 1988: 51). Причем, в круг концептов одной тематической сферы (концептосферы) может входить много ментальных образований, но одна из возможных схем-образов нередко выступает как характерный для данной культуры прототип. Он образует центр своей концептосферы, а другие из того же круга относятся к периферии. Так, например, если прототипом класса «птицы» (“bird”) для

представителей англо-американской культуры по данным Э.Хирша со ссылкой на исследования Э.Рош является существо с характерными признаками малиновки “robin”, то для австралийцев соответствующий прототип будет напоминать большого, пестрого, длиннохвостого попугая (“parakeet”). Если бы Э.Рош проводила свои исследования среди австралийцев, – пишет Э.Хирш, – то прототипом концепта “bird” была бы не крошечная малиновка, а большой пестрый длиннохвостый попугай (“parakeet”) и родовому понятию “bird” были бы приписаны черты, характерные для попугая (Hirsch 1988: 51).

Как показывают исследования, схемы чувствительны к контексту. Позаимствуем у Э. Хирша следующий пример:

1. The punter kicked the ball.
2. The baby kicked the ball.
3. The golfer kicked the ball.

В зависимости от контекста и при наличии соответствующих фоновых знаний одно и то же слово “ball” в трех вышеприведенных предложениях предполагает три разных типа мяча как и слово “kick” – три разных типа удара (Hirsch 1988: 52).

Схемы не ограничиваются классификацией в нашем сознании различных объектов или понятий по принципу их наибольшей репрезентативности для данного класса или категории. Они, согласно Э.Хиршу, являются тем необходимым инструментом, который позволяет связать получаемую в ходе чтения или аудирования поверхностную информацию с необходимыми для ее интерпретации более глубокими фоновыми знаниями. В ходе же чтения мы приспособливаем нашу первоначальную схему к конкретному тексту. Например, как пишет Э.Хирш, поскольку в англо-американской культуре для класса “birds” характерен следующий порядок типичности: robin, swallow, eagle, crow и т.д., то в отсутствии или незнании контекста данному классу будут приписаны характеристики наиболее типичного представителя, в данном случае – малиновки (robin). При чтении же текста о праздновании Дня благодарения (Thanksgiving Day) в первоначальной схеме для класса “birds” произойдут изменения и образ малиновки (“robin”) заменит образ индейки (“turkey”) (Hirsch 1988: 53-

55).

Прототипичность связывается с наличием в сознании человека некоего образа, «наилучшего примера», отражающего свойства какого-либо предмета / явления. Прототип, таким образом, это эталон, образцовый вариант для данного класса объектов, характеризующийся наибольшей специфичностью (концентрацией специфических признаков данного объекта). В качестве иллюстрации прототипичности обычно приводят пример из книги Э. Рош: родовому понятию «птица» в сознании соответствует несколько конкретных видов, в прототип же включаются особи, обладающие такими прототипическими признаками как «наличие крыльев, умение летать, неодомашенность», например, малиновка или воробей. Поэтому, с этой точки зрения, пингвин, так же как курица или страус, не соответствуют прототипическим представлениям о птице и не подпадают под данный концепт (Rosch 1977).

Результаты последних научных исследований показывают, что в сознании человека постоянно удерживаются наиболее типичные примеры или прототипы данного класса объектов или категорий, которые используются в ходе чтения, говорения, слушания и письма. Причем, в отдельных предложениях, которые создают люди, характеристикам родовых понятий наибольшим образом соответствуют признаки, которыми обладают наиболее типичные представители данной категории, т.е. их прототипы. Например, испытуемым, представляющим англо-американскую культуру, было предложено написать отдельные предложения со словом “bird” и в результате были написаны предложения следующего типа:

I heard a bird twittering outside my window.

Three birds sat on the branch of a tree.

A bird flew down and began eating.

Поскольку для представителей англо-американской культуры наиболее характерным представителем для класса “birds” является малиновка (“robin”), то вполне логично, что родовому понятию “bird” были приписаны признаки, характерные для соответствующего прототипа, т.е. малиновки. Если же представить, что в данных

предложениях речь идет о таких представителях класса “birds” как “pheasant”, “chicken” или “penguin”, то они будут звучать абсурдно (Hirsch 1988: 52).

Таким образом, совершенно очевидно, что в одном и том же тематическом круге представители разных лингвокультур выделяют разные концепты в качестве центра. Поскольку концепт является элементом бытовой, наивной картины мира и, в отличие от понятия, объединяет не научные, а наиболее типичные, порой субъективные и стереотипные признаки (например, для концепта собака прототипическим признаком помимо прочего может быть признак «друг человека»), концепты зачастую бывают культурно маркированными.

В процессе познания мира человек постоянно производит категоризацию его реалий, т.е. систематизирует их согласно индивидуальной логике. Категоризация воспринятого – это главный способ придать поступающей к человеку информации упорядоченный характер, как-то систематизировать и, главное, рассортировать увиденное, услышанное и тому подобное (Кубрякова 1997: 25). Категориальный механизм мышления человека может быть восстановлен (смоделирован) через его язык, и в этом плане сам механизм категоризации в языке и мышлении идентичен. Согласно Дж.Лакоффу и М.Джонсону, категоризация представляет собой естественный способ отождествления вида объекта или опыта при помощи высвечивания одних свойств, преуменьшения других и сокрытия третьих (Лакофф, Джонсон 1987: 150)

Согласно теории семантики фрейма Ч. Филлмора, люди мыслят главным образом на бессознательном уровне посредством понятийных фреймов – ментальных структур, которые организуют наши мысли, и каждое слово определяется посредством фреймовых структур. Последователь Ч. Филлмора – Дж.Лакофф установил, что люди мыслят не только посредством фреймов и их структур – схем, сценариев, слотов и т.д., но и посредством метафор, когда один предмет или явление понимаются посредством сравнения с признаками другого, уже хорошо известного предмета или явления.

С точки зрения культурных различий следует отметить, что поскольку фреймы отражают характерные черты жизни данного общества, они бывают культурно окрашены и поэтому фреймовые структуры одного и того же концепта или понятия в разных культурах могут порой не совпадать. Это относится также и к метафорам, которые в разных культурах могут быть разными (например, англ. “make a mountain out of a molehill” (преувеличивать); рус. «Из мухи делать слона»; арм.; «լնն ուղտ շինել»).

Согласно Дж.Лакоффу, «фреймы – это ментальные структуры, которые позволяют человеку понимать реальность и иногда создавать то, что он считает реальностью». Фреймы структурируют наши идеи и концепты, моделируют наши рассуждения, влияют на наше восприятия и наши действия. В большинстве своем наше использование фреймов происходит бессознательно и автоматически – и мы используем их не осознавая этого (Lakoff 2006: 25).

Согласно Дж.Лакоффу, люди используют фреймы – глубинные ментальные структуры, отражающие их понимание мироустройства – для понимания фактов, ибо факты сами по себе ничего не говорят, их надо объяснять и интерпретировать, а это делается на основе существующих ценностей. Невозможно общаться, – пишет Дж.Лакофф, – без активации фреймов, и здесь решающее значение приобретает то, какой именно фрейм или фреймы будут активированы (Lakoff 2006: 10).

Фреймы являются не только средством коммуникации, но и индикатором локутивной силы высказывания, т.е. того, как адресант желает, чтобы его высказывание было понято адресантом из всего набора возможных интерпретаций. Таким образом, фреймам как коммуникативным моделям принадлежит важная роль в формулировании коммуникативных целей.

Фреймирование особенно часто используется в политике, особенно в ходе предвыборных кампаний, когда необходимо настроить избирателей в пользу того или иного кандидата и добиться их голосования за него. Фреймирование очень часто

используется также и в рекламном бизнесе, когда необходимо убедить покупателя в необходимости или целесообразности покупки того или иного товара, хотя техника рекламного фреймирования отличается от политического или даже научного. Рекламодатели в первую очередь стремятся вызвать положительные ассоциации, воспоминания, чувство информированности, а не истинное понимание. Целью рекламы является побуждение потенциального покупателя к осуществлению покупки, а не рассмотрение рекламируемого предмета в качестве понятия как такового. Убеждение, а не понимание, является целью фреймирования в контексте рекламы и ее цель заключается в стимулировании желания у потребителя купить товар, которое до этого он не осознавал (Erwin 2014: 67-68).

Как пишет Ким Ервин, «фреймирование представляет собой намеренное описание и позиционирование события или концепта таким образом, чтобы контролировать его интерпретацию». По мнению автора, фреймирование может быть связано с манипуляцией и поэтому оно «наиболее часто изучается в контексте политики и публичной риторики» (Erwin 2014: 66).

Возможность манипулирования общественным сознанием при использовании метафор связана с тем, что при сравнении одного явления с другим на основе одного не вполне определенного признака подобия, другие признаки последнего могут также подсознательно быть приписаны первому.

Эффективность техники фреймирования связана со способностью использования языка в компактной, яркой и запоминающейся форме с целью привлечения внимания слушающего к самому важному смыслу высказывания или, наоборот, отвлечения от него (Erwin 2014: 66). Существуют разные способы фреймирования, среди которых можно выделить использование метафор, жаргонных слов, броских фраз или лозунгов, прибауток, пословиц, противопоставлений, кратких рассказов и даже анекдотов. Все они преследуют цель создания более яркого, понятного и запоминающегося образа.

По мнению профессора по коммуникациям университета Цинциннати Гейл Фэйрхерст, язык как средство коммуникации сам по себе предполагает фреймирование, так как общаясь люди пытаются придать общению определенный смысл, что и лежит в основе фреймирования. Однако, хотя коммуникация, особенно устная, осуществляется спонтанно и процесс фреймирования проходит в основном на бессознательном уровне, из всех возможных способов фреймирования наиболее эффективным, по мнению Гейл Фэйрхерст, является именно сознательное фреймирование, которое осуществляется до начала самого акта коммуникации. Как отмечает Гейл Фэйрхерст, хотя это не подчеркивается в большинстве тренингах по коммуникации, на самом деле «реальность заключается в том, что эффективность руководителя любого уровня зависит от его умения общаться спонтанно в любое время и в любом месте». Это умение можно развить посредством освоения техники предварительной активации соответствующих фреймовых структур и мыслительных образов (priming). Предварительная работа по актуализации и выводу на уровень сознания соответствующих фреймовых структур и мыслительных образов дает возможность говорящему не только осознать свои собственные когнитивные фреймы, но и мыслительные образы и способы фреймирования, характерные для других, что, в свою очередь позволяет сознательно подходить к использованию языка в речи не только с точки зрения отражения собственных ментальных образов (например, использование слов, входящих во фреймовую структуру того или иного понятия), но и влияя на формирование соответствующих образов у адресатов (Fairhurst, Sarr 1996).

Фактически, говоря о фреймировании как о методе коммуникации, речь идет о формировании видения слушающего на тот или иной предмет или явление в нужном для говорящего направлении. Согласно Гейл Фэйрхерст, фреймирование, по сути, заключается в выражении собственной точки зрения и попытке убеждения в этом слушающего. Для этого, – пишет она, – адресант,



как опытный фотограф, выделяет и концентрирует внимание на одних аспектах вопроса и оставляет в тени или вовсе исключает другие. Фреймирование, выделяя один предмет или вопрос из ряда ему подобных, позволяет тем самым создать более яркий, запоминающийся образ и предопределяет то, на какие именно проблемы обращают внимание люди, а какие не замечают, как они понимают, запоминают и оценивают их и к каким действиям они прибегают (Fairhurst, Sarr 1996: 3).

Как отмечает В.Е.Чернявская, «фрейм», является базовым в когнитивной лингвистике, в целом в когнитологии. Фрейм – это ментальная, психическая, познавательная рамка, определяющая мыслительный контекст мыслей или переживаний. Фрейм устанавливает рамки взаимодействия человека с миром, направляет, канализирует интерпретацию и оценку событий. Например, если существует фрейм «Я/этот человек – неудачник», преобладает негативная оценка любых событий. И, наоборот, при фрейме «Я самая обаятельная и привлекательная» восприятие направляется в позитивную сторону. Фрейм как когнитивная рамка сам по себе определяет, что именно входит в его содержание, а что отсекается как находящееся вне фрейма. Если какое-либо мыслительное содержание (оценочное суждение) поместить в новое другое психологическое окружение, с другими акцентами, то изменится и, интерпретация самого содержания. Рефрейминг, т.е. изменение контекста восприятия и интерпретации каких-либо фактов, изменение точки зрения на него, составляет суть методики нейролингвистического программирования. Ее последователи считают, что вербальный паттерн способен изменить связанные с ними убеждения и оценки без опоры на личный опыт. Понятие фрейма используется не только в лингвистике, но и в нейролингвистическом программировании, которое является особым направлением изучения проблем речевого воздействия на человека. Оно интегрирует многие широко обсуждаемые сегодня психологические, социологические, психотерапевтические, лингвистические вопросы управления человеческим сознанием и

потому наиболее востребовано среди психологов, менеджеров, социальных работников, врачей, других специалистов в области коммуникации (Чернявская 2006: 21-22).

В контексте базовой для политического дискурса оппозиции «свой – чужой» или «друг – враг» фреймирование играет первостепенное значение. Оно позволяет определить и разделить «свое» и «чужое», то содержание, которое попадает в ментальную рамку (фрейм) позитивного и, значит, «своих» оценок, мнений, поведения, и то содержание, которое отсекается за рамку как «чужое», ненужное, несущественное, враждебное, ошибочное (Чернявская 2006: 48). С фреймированием непосредственно коррелирует выбор стратегии в общественно-политической коммуникации, в том числе таких персуазивных стратегий как стратегия создания убедительности высказывания, стратегия привлекательности, стратегия акцентирования признаков и др. (Там же).

Помимо фреймирования в политической коммуникации используется также коммуникативная техника рефреймирования, которая представляет собой «выбор тактики из репертуара другой стратегии», т.е. не той, которая прогнозируется либо осуществляется на начальном этапе коммуникации. Как отмечает О.С. Иссерс, этот прием позволяет осознанно контролировать результаты речевого взаимодействия и обеспечивать условия для максимальной реализации интенции говорящего (Иссерс 2008 :246).

В повседневной коммуникации от фреймирования зависит настрой человека, его поведение и жизненная позиция. Подтверждение этого мы находим в паремиологии. Одна из армянских пословиц гласит: Դարդ անողին դարդ չի պակսի, քեֆ անողին քեֆ չի պակսիլ ( $\approx$  Кому пир пировать, а кому горе горевать) (Армянские пословицы и поговорки 1973: 60). Ни в русском, ни в английском языках данная пословица не имеет смыслового эквивалента. Русские пословицы Беда беду накликает; Одна беда идет, другую ведет; Беда никогда не приходит одна; Беда

семь бед приводит, английские пословицы Misfortunes never come alone; It never rains, but it pours, а также соответствующая им армянская пословица Դարձը դարձ կը բերի (Горе рождает горе) хотя и имеют некоторое смысловое сходство с вышеприведенной пословицей, ее эквивалентами не являются.

Подтверждение актуальности данной пословицы с точки зрения армянской ментальности мы находим у Ов. Туманяна. Один из его рассказов, который носит поучительный характер, прямо так и называется: Քե՛ք սնոնդն քե՛ք չի պախուիլ (У весельчака веселья не будет).

Концептуальный анализ на уровне языковых единиц не всегда дает полную картину национальной ментальности, для этого требуется учет дополнительных факторов, в том числе, психологических, социальных, исторических, и др. Проблемы, возникающие в ходе межкультурной коммуникации, очень часто связаны с трудностями совмещения чужой картины мира со своей картиной мира, заданной родной культурой. Владение национальной – культурной спецификой использования языковых средств является важнейшей предпосылкой преодоления конфликтов непонимания в межкультурном общении. Нередко именно культурные традиции и обычаи бывают связаны со специфическим использованием языка, его выразительных средств. Так, если для армян типично *ходить в гости* и *приглашать гостей* к себе домой, то для англичан с их приверженностью принципам неприкосновенности частной жизни типично выражение ”Мой дом – моя крепость” (“My home is my castle”). Английские же обороты, соответствующие по смыслу выделенным армянским словосочетаниям, звучат слишком официально (to pay a visit, to receive visitors/guests).

Когнитивная и языковая картины мира не только соотносимы, но и этнически специфичны. Эта специфика особенно ярко проявляется в языковой картине мира, так как она является результатом двойного опосредствования. Путь от реального мира к понятию (концепту) и выражение этого понятия в слове различен у

разных народов. Национальное своеобразие проявляется в наличии или отсутствии тех или иных концептов, их ценностной иерархии, системе связей и пр. Одна и та же реальность, одно и то же понятие может иметь разные формы языкового выражения в разных языках – более полные или менее полные, может по-разному осмысливаться разными лингвокультурами<sup>3</sup>.

Одно и то же слово может иметь разный смысл в разных языках. Так, английский *house* очень сильно отличается от русского или армянского дома. Для русских и армян дом – это и место жительства, и место работы человека, любое здание и учреждение. Для англичан – это только здание или строение. Домашний очаг будет передаваться словом *home*. Это означает, что понятие «дом» шире, чем понятие “house”.

Все известно, что «дом англичанина – это его крепость». Но, как отмечает К.Фокс, для англичанина дом – это нечто большее, чем его крепость, воплощение его принципов неприкосновенности частной жизни. Дом англичанина – это его индивидуальность, показатель его статуса, главное дело его жизни. Поэтому дом в Англии – это не то, чем вы просто пассивно «владеете». Дом – это то, что вы «создаете», над чем «трудитесь» (Фокс 2008: 81)<sup>4</sup>. Неудивительно, поэтому, что более 70% англичан (2009 г.) живут в собственных домах (*detached and semi-detached houses*) – один из самых высоких показателей в Европе<sup>5</sup>.

У одной нации слово может быть актуальным в языковом сознании, а у другой не только не актуальным, но и совершенно не представленным в нем, что в основном бывает связано с культурно-историческими традициями (*Swan-Upping. Swan Keeper, Ravenmaster, Black Rod, well-dressing, etc*). Известно, что слово может употребляться в речи, но не быть представленным в словаре, по крайней мере во всех его значениях.

Нельзя не обратить внимание на то обстоятельство, что мировосприятие как индивидов, так и этнокультурных сообществ во многом определяется географической средой их обитания, конкретными социально-экономическими условиями жизни,

основным видом деятельности. Так, в английском языке имеется большое количество метафор, связанных с морской тематикой и отражающими островной характер страны: **broad-in-the-beam** – of wide-bodied people; **double-decker** – sandwich with two layers; **cut the painter** – secede, especially of colonies; depart; **have an oar in another's man's boat** – interfere; **when you stop rowing you start downstream** – keep active to stay healthy; **weather the storm** – come through troubles, survive opposition; **rest on his oars** – relax after initial labour (ср. рус.: поживать на лаврах, арм.: դափնիների վրա հանգչել) и т.д.

Конечно, это не означает, что в языке того или иного народа образные выражения связаны исключительно с окружающими их реалиями, в том числе, географическими. Например, хотя современная Армения не имеет выхода к морю, в армянском языке имеется немало фразеологических оборотов, связанных с морской тематикой, что может являться отражением прошлых исторических реалий<sup>6</sup>. Вот лишь некоторые армянские фразеологические обороты с компонентом ծով (море): ծով կապել, ծով կտրել (ծովանալ), ծով հրդեհել (անիրագործելի բանի ձեռնարկել), ծովի պես (շատ, անսահման, անասն) и др. Слово ծով часто используется в переносном значении, например, թղթերի ծով, խելքի ծով и в атрибутивной функции: ծով աչքեր (ծովի պես կապույտ, խոր ու հմայիչ), в народных высказываниях и пословицах: Ծով գնա՛ կշորանա (բախտը չի բերում), Գացի ծով, ձարավ դարձա (Բեդիրյան 2011:633-634).

В разных культурах духовной и материальной составляющим окружающего мира уделяется большее или меньшее внимание, что находит отражение как в языке, так и в нормативах коммуникативного поведения. Например, американцы значительно больше чем русские и армяне ориентированы на материальную, прагматическую составляющую бытия, в то время как последние зачастую выделяют именно духовную, нематериальную сущность явлений. Нельзя не заметить, что данные различия находят отражение и в языке, в том числе в многочисленных идиомах в

соответствующих языках (per head/ per capita income –доход на душу населения; մեկ շնչի եկամուտ).

Американские президенты, как например, Ф.Д. Рузвельт, считали своим долгом время от времени, особенно в периоды экономических спадов и кризисов, напоминать своему народу, что «не хлебом единым жив человек». В своей инаугурационной речи в марте 1933 г. Ф.Д. Рузвельт говорил: “Happiness lies not in the mere possession of money; it lies in the joy of achievement, in the thrill of creative effort. The joy and moral stimulation of work no longer must be forgotten in the mad chase of evanescent profits”<sup>7</sup>.

Тем не менее в американском политическом дискурсе весьма часто используются выражения, более свойственные деловому дискурсу: “These dark days **will be worth all they cost us** if they teach us that our true destiny is not to be ministered unto but to minister to ourselves and to our fellow men” (Ф.Д. Рузвельт); “Let every nation know, whether it wishes us well or ill, that **we shall pay any price**, bear any burden, meet any hardship, support any friend, oppose any foe to assure the survival and the success of liberty” (Дж. Кеннеди); Freedom and the dignity of the individual have been more available and assured here than in any other place on Earth. **The price for this freedom at times has been high**, but we have never been unwilling to pay that price” (Рейган); “And because of these choices, the United States is today moving, as we said we would, to impose additional costs on Russia”; “Together, we have isolated Russia politically, suspending it from the G-8 nations and downgrading our bilateral ties. Together, we are **imposing costs through sanctions** that have left a mark on Russia and those accountable for its actions” (Б. Обама).<sup>8</sup>

Анализ использования концептов в политическом дискурсе позволяет выделить их дополнительные смысловые и оценочные характеристики. Так, одним из важнейших английских социокультурных концептов является смысловое образование dignity, которое в переводе на русский язык это – «достоинство», на армянский – «արժանապատվություն». Подробный лексико-

семантический анализ данного концепта дан в работе В.И. Карасика (Карасаик 2002: 99-100). Согласно Краткому Оксфордскому словарю (The Concise Oxford Dictionary) dignity означает: 1. A composed and serious manner or style; 2. The state of being worthy of honor or respect; 3. Worthiness, excellence; 4. A high or honorable rank or position. В данном ряду словарных дефиниций ключевым является слово worthy (estimable, having some moral worth; достойный уважения), являющимся производным от слова worth (ценность, цена, стоимость).

Как замечает В.И. Карасик, английское dignity обозначает не просто качество, заслуживающее уважения, но черты поведения, свойственные аристократам: серьезность, спокойствие, самоконтроль, осознание своей важности. Отсюда, в первую очередь, отмечаются внешние характеристики такого поведения: для русских чувство собственного достоинства – это внутренняя самооценка собственной значимости, для англичан dignity – это внешнее выражение аристократического поведения. Не случайно достоинство как общее положительное качество в русском языке ассоциируется с недостатком как противоположностью этого качества, в английском же антонимичными коррелятами слова dignity выступают слова со значением «смиренность, покорность, кротость», т.е. обозначающие качества, требуемые от слуг и лиц низшего сословия. Концепт «dignity», отмечает автор, в расширительном понимании пересекается с различными концептами (например, «гордость», «благородство», «высокомерие»), но в целом это – образец поведения весьма значимой модельной личности для английской лингвокультуры, личности аристократа. Как заключает В.И. Карасик, специфическая комбинация признаков в концепте «dignity» свидетельствует о том, что для английской лингвокультуры весьма значима социальная иерархия (Там же). Это подтверждается и наличием такой словарной дефиницией слова dignity как excellence – превосходство – գերազանցություն.

В русском языке важнейшая характеристика гордости трактуется как чувство собственного достоинства, соответствия своей осознаваемой идентичности определенной группе (национальной или социальной); соответствие переживается как положительная самооценка, которая, впрочем, может стать завышенной и превратиться в осуждаемое качество высокомерия (Карасик 2002: 100). По данным русского ассоциативного словаря, важнейшими реакциями на стимул «достоинство» выступают слова «честь» (словосочетание «честь и достоинство»), «человека» («достоинство человека»), «недостаток», «гордость». В армянском языке ключевым словом в словарных дефинициях для слова достоинство (արժանապատվություն) является слово честь (պատիվ; բրբ.) նամու), хотя отмечается и такая категория как «самоуважение» («чувство собственного достоинства»): Արժանապատվություն – 1. Իր պատվի ճանաչումը, պատվարժանություն; 2. Պատիվ, արժանիք (Ժամանակակից հայոց լեզվի բացատրական բառարան 1969: 221); 1. Իր անձի նկատմամբ ունեցած հարգանք, իր իրավունքների՝ արժանիքների գիտակցություն; 2. Պատիվ (Արդի հայերենի բացատրական բառարան 1976: 132).

Слово «гордый» (հպարտ) в армянском языке имеет целый ряд синонимов, относящихся в том числе к речевому поведению – վեհ, վեհապանծ, սեգ, պատվազգաց, խրոխտ. Каждое из этих слов имеет большое число своих производных, например, слово խրոխտ. (гордый; дерзкий; зычный) имеет более десятка производных – խրոխտալի, խրոխտահայաց, խրոխտահնչյուն, խրոխտահունչ, խրոխտածայն, խրոխտանալ, խրոխտապանծ, խրոխտացում, խրոխտաքայլ, խրոխտանք, խրոխտություն, խրոխտում, и т.д. Такое большое количество синонимов говорит о том, что для армянской лингвокультуры концепт гордость имеет важное значение, причем не всегда положительное (В толковом словаре



армянского языка (1969) даются следующие дефиниции к слову «гордый»: հպարտ – 1. Ամբարտավան, սեգ, մեծամիտ, ուրիշներին արհամարհող; 2. Իր արժանիքները և գերազանցությունը գիտակցող; 3. Վեհ, հոյակապ (Ժամանակակից հայոց լեզվի բացատրական բառարան 1969: 384). Между тем, для армян властная и гордая речь и поведение, горделивый и важный вид зачастую имеют большее значение и производят большее впечатление, чем простое, товарищеское общение.

Если обратиться к паремиологическому фонду, то можно увидеть, что честь и достоинство в армянской лингвокультуре имеют важное значение и ценятся даже больше богатства: Լավ և անուն բարի, քան գանձ աշխարհի (Доброе имя дороже сокровищ всего мира; ср. рус. Добрая слава дороже богатства); Լավ և մարթուն փող չիհի, քան թա սերս: (Лучше быть без денег, чем без сердца; ср. рус. Лучше жить бедняком, чем разбогатеть со грехом).

Хотя бедность считается хуже смерти – Լավ և մեռնես, քանց աղբատանս (Лучше умереть, чем обеднеть; ср. с рус. Бедность всего хуже), в армянских пословицах находим подтверждение важности для армянского самосознания человеческого достоинства: Չուլի (ցնցոտի) տակ էլ մարդ կրլնի (Пусть в лохмотьях, да человек). Бесчестье же в армянском самосознании – хуже смерти: Լավ և կաղնած մեռնել, քան թա չքրած ալրել (Лучше умереть стоя, чем жить на коленях), Լավ և մեռնես, քան թա խայտառակ ինես (Лучше умереть, чем опозориться), Չղլումը մեռնիլը տղամարդություն է (Достойная смерть почетна) (Армянские пословицы и поговорки 1973: 95, 173, 174).

Анализ использования концепта *dignity* в американском

политическом дискурсе позволяет выявить его дополнительные этнокультурные характеристики и, в частности, его более эгалитарное понимание по сравнению с британским. В речи «Новые рубежи», произнесенной по поводу своей номинации на пост президента, Дж. Кеннеди связал концепт *dignity* с правами человека – гражданскими и экономическими, подчеркнув, что их соблюдение является обязательным для обеспечения «человеческого достоинства всех людей»: ““The Rights of Man” – the civil and economic rights essential to the human dignity of all men – are indeed our goal and are indeed our first principle”<sup>9</sup>.

В своей инаугурационной речи в январе 1973 г. Р. Никсон назвал индивидуальное человеческое достоинство «заветным правом каждого американца»: “As America's longest and most difficult war comes to an end, let us again learn to debate our differences with civility and decency. And let each of us reach out for that one precious quality government cannot provide – a new level of respect for the rights and feelings of one another, a new level of respect for the individual human dignity which is the cherished birthright of every American”<sup>10</sup>.

Р. Рейган в своей номинационной речи основой достоинства американцев как свободных людей назвал семью и работу, а лишение людей возможности работать квалифицировал как нарушение достоинства личности: “Work and family are at the center of our lives; the foundation of our dignity as a free people. When we deprive people of what they have earned, or take away their jobs, we destroy their dignity and undermine their families”<sup>11</sup>. В своей инаугурационной речи он подчеркнул, что нигде в мире так не заботятся о поддержании достоинства своих граждан, как это делают в Америке<sup>12</sup>.

Дж. Буш в своей номинационной речи не только повторил Р. Рейгана в контексте того, что «источниками стабильности и достоинства являются семья и работа»: “Family and work are sources of stability and dignity” (отсюда его поддержка социальных программ по поддержке материнства). Он особо подчеркнул также и то, что

залогом безопасности, достоинства и независимости является частная собственность: “Ownership brings security, and dignity, and independence” (отсюда его предложение по увеличению сектора частного жилья в стране)<sup>13</sup>.

Б. Обама в своей номинационной речи в июле 2012 г., говоря о политике США по установлению мира, вновь подчеркнул универсальное понимание достоинства как неотъемлемого права всех людей: “We want to pass on a country that’s safe and respected and admired around the world, a nation that is defended by the strongest military on earth and the best troops this – this world has ever known.

But also a country that moves with confidence beyond this time of war, to shape a peace that is built on the promise of freedom and dignity for every human being”<sup>14</sup>.

Как уже отмечалось, ученые, занимающиеся вопросами коммуникации, подчеркивают, что достижение коммуникативных целей представляется возможным при пересечении когнитивных пространств общающихся, при наличии у них общей базы знаний, включающей как энциклопедические знания, знание контекста, конситуации, владение языком, так и знание правил коммуникативного поведения, в том числе «констант речевого поведения», закрепленных в той части когнитивного сознания индивида, которую И.А.Стернин предлагает называть коммуникативным сознанием (Стернин 2002).

Формой упорядочивания и хранения коммуникативно значимой информации, по мнению И.А.Стернина, выступают коммуникативные категории и концепты, среди которых можно отметить такие, как «общение», «вежливость», «грубость», «сохранение лица», «коммуникабельность», «коммуникативный оптимизм / пессимизм», «коммуникативная неприкосновенность», «коммуникативная оценочность», «коммуникативное доверие», «коммуникативное давление», «эмоциональность», «молчание», «категория тематики общения» и др. Ученый полагает, что изучение этнокультурной специфики коммуникативного поведения представителей различных национально-лингво-культурных

сообществ должно идти по пути детального анализа коммуникативных категорий и концептов, аккумулирующих сущностные знания и представления человека об общении и правилах его осуществления в рамках конкретной культуры и проявляющих себя в структуре языка и дискурса в форме культурологической компоненты (Там же).

В число «констант речевого поведения» входят и речевые стратегии и тактики, обладающие, наряду с универсальными, общекультурными чертами, достаточно ярко проступающим национальным колоритом, находящим свое выражение, в частности, в тех или иных коммуникативных стратегиях и тактиках, в способах их вербализации и степени формализации, принципах сочетания различных коммуникативных стратегий и тактик друг с другом, а также в социальных, половозрастных, ролевых детерминантах, определяющих выбор линии речевого поведения коммуникантами.

На основе ценностей формируются личностные и социально-культурные нормы поведения, в том числе и речевые стратегии и тактики. Многие коммуникативные категории и концепты, как, например, «вежливость», «грубость», «сохранение лица», «коммуникативное давление», «эмоциональность», «молчание», «категория тематики общения» и др. имеют свою специфику в разных культурах, что требует детального анализа и изучения.

В этой связи представляется целесообразным определение места категории коммуникативного сознания в ряду других когнитивных категорий, также как и уточнение некоторых терминов, используемых исследователями в работах по когнитивной лингвистике.

В философской и психологической литературе сознание определяется как свойство (функция) высокоорганизованной материи – мозга, заключающееся в способности человека отражать внешнее бытие в форме чувственных и умственных образов. При этом отмечается, что мыслительные образы сознания определяют целесообразную деятельность человека, сознание регулирует

взаимоотношения личности с окружающей природной и социальной действительностью, дает возможность личности осмыслить собственное бытие, внутренний духовный мир и позволяет совершенствовать действительность в процессе общественно-практической деятельности (Стернин 2002).

В науке пока нет четкого разграничения терминов мышление и сознание. Эти понятия трактуются по-разному, иногда противопоставляются друг другу, иногда употребляются как синонимы. Мы согласны с позицией И. А. Стернина, в чем понимании термин сознание в принципе акцентирует статический аспект явления, а мышление – динамический. «Сознание, – пишет И. А. Стернин, – это свойство мозга, мышление – это деятельность мозга, наделенного сознанием (то есть мыслительная деятельность)». (Стернин 2002).

Можно выделить разные виды сознания, например, по предмету мыслительной деятельности (сфере приложения сознания) различают политическое, научное, религиозное, экологическое, бытовое, классовое, эстетическое, экономическое и др.; по принадлежности субъекту сознания различают гендерное, возрастное, социальное (профессиональное, гуманитарное, техническое), личное, общественное, групповое и т.д. сознание; по степени сформированности различают развитое и неразвитое сознание; по принципу, лежащему в основе сознания, различают глобальное, демократическое, консервативное, прогрессивное, реакционное и т.д. сознание; по обеспечиваемому навыку, виду интеллектуальной деятельности, обеспечиваемому сознанием – креативное, техническое, эвристическое, художественное и т.д.

Возможна и дальнейшая классификация, что, однако, не входит в задачи нашего исследования. Все эти виды сознания являются видовыми разновидностями «сознания вообще», или «просто сознания», рассматриваемого глобально, комплексно. Сознание «вообще» предлагается назвать когнитивным, подчеркивая его ведущую «познавательную» сторону – сознание формируется в результате познания (отражения) субъектом

окружающей действительности, а содержание сознания представляет собой знания о мире, полученные в результате познавательной деятельности (когниции) субъекта.

Что касается языкового сознания<sup>15</sup>, то под ним понимается совокупность психических механизмов порождения, понимания речи и хранения языка в сознании, то есть психические механизмы, обеспечивающие процесс речевой деятельности человека. Это «знания, используемые коммуникантами при производстве и восприятии речевых сообщений» (Тарасов 1996: 11).

Таким образом, языковое сознание – это часть сознания, обеспечивающая механизмы языковой (речевой) деятельности: порождение речи, восприятие речи и хранение языка в сознании. Именно психолингвистика является той наукой, предметом которой является языковое сознание человека. Языковое сознание исследуется через семантику языковых единиц, овнешняющих его в процессе номинации и коммуникации с целью выявления психологической реальности выявляемых фактов.

Языковое сознание – компонент когнитивного сознания, «заведующий» механизмами речевой деятельности человека, это один из видов когнитивного сознания, обеспечивающий такой вид деятельности как оперирование речью. Оно формируется у человека в процессе усвоения языка и совершенствуется всю жизнь, по мере пополнения им знаний о правилах и нормах языка, новых словах, значениях, по мере совершенствования навыков коммуникации в различных сферах, по мере усвоения новых языков. Для представителя конкретной лингво-культурной общности это прежде всего совокупность сведений о том, какие единицы и правила есть в данном языке и как надо говорить на этом языке. Если человек владеет иностранными языками, то сведения об этих языках тоже принадлежат его языковому сознанию.

Однако речевая деятельность человека сама является компонентом более широкого понятия – коммуникативной деятельности человека. В связи с этим возникает проблема разграничения языкового и коммуникативного сознания.

Коммуникативное сознание – это совокупность коммуникативных знаний и коммуникативных механизмов, которые обеспечивают весь комплекс коммуникативной деятельности человека. Это коммуникативные установки сознания, совокупность ментальных коммуникативных категорий, а также набор принятых в обществе норм и правил коммуникации. Это совокупность знаний о том, как надо вести общение в данной конкретной стране. В коммуникативное сознание входит и информация об иностранных языках – отношение к ним, их оценка, характеристика степени трудности, знания о коммуникативном поведении носителей этих языков и др.

Таким образом, коммуникативное сознание включает языковое (понимаемое в рассмотренном выше смысле) как свою составную часть, но не исчерпывается им.

Коммуникативное сознание человека образовано коммуникативными категориями и коммуникативными концептами. Под коммуникативными категориями понимаются самые общие коммуникативные концепты (понятия), упорядочивающие знания человека об общении и нормах его осуществления.

Коммуникативные категории, как и любые мыслительные категории, тем или иным образом упорядочивают ментальные представления личности о нормах и правилах коммуникации. Функции коммуникативных категорий – упорядочение сведений о нормах и правилах общения для их хранения в сознании, а также обеспечение, организация речевого общения индивида в обществе, в рамках его родной коммуникативной культуры.

Языковое сознание – часть коммуникативного сознания, его исследуют психоллингвистика, нейролингвистика, психология, логопедия, в какой-то степени – методика обучения языку. Оно исследуется через овнешнение языковыми средствами (единицами).

Коммуникативное же сознание не изучается до сих пор какой-либо специальной наукой, хотя изучение коммуникативного сознания, особенно его национальной специфики, уже назрело. Интерес к коммуникативному сознанию народа начинают проявлять

культурология и лингвокультурология, этнография, этнолингвистика и относительно новая наука о межкультурной коммуникации.

Изучение коммуникативного сознания народа предполагает как изучение языкового сознания, так и изучение чисто коммуникативных знаний, правил и закономерностей, входящих в сознание народа. Подчеркнем, что коммуникативное сознание народа в целом, в единстве его языковой и чисто коммуникативной составляющей, входит интегральной составной частью в когнитивное сознание нации, являясь компонентом общего когнитивного сознания народа.

Изучается коммуникативное сознание народа через анализ коммуникативного поведения данного народа (термин «коммуникативное поведение» впервые был введен И. А.Стерниним). Коммуникативное поведение народа – это совокупность норм и традиций общения народа. Коммуникативное поведение народа определяется его коммуникативным сознанием и представляет собой способ овнешнения коммуникативного сознания – подобно тому, как язык представляет собой способ овнешнения когнитивного сознания. По коммуникативному поведению народа можно описать содержание и основные закономерности функционирования его коммуникативного сознания (Стернин, 2002).

Поиск национально-культурной специфики языкового сознания, нахождение и элиминирование лакун различных типов является важной предпосылкой преодоления коммуникативных конфликтов, вызванных недостаточной общностью сознаний у коммуникантов. Однако наличие одной лишь языковой компетенции у коммуникантов недостаточно для эффективной коммуникации. Владение языком предполагает знание не только значения данного слова, его лексической и грамматической сочетаемости, фразеологических сочетаний, содержащих это слово, другой более широкой языковой информации, включающей знания ассоциативных полей и ассоциативного тезауруса как совокупности



этих полей, но и владение «миром слова», то есть реалиями, которые стоят за словом, и связями между этими реалиями. Многие проблемы в межкультурном общении происходят именно из-за отсутствия у коммуникантов общих фоновых и энциклопедических знаний, которые являются непременным условием эффективной коммуникации как внутри отдельной лингвокультурной общности, так и между носителями разных культур. Неудивительно, поэтому, что в некоторых странах, как, например, в США, уделяется большое внимание по обеспечению культурной грамотности населения, формированию фоновых знаний, необходимых не только для эффективной межличностной, но и межкультурной коммуникации. В этой связи следует отметить изданный в 2002 году словарь по культурной грамотности Э.Хирша, охватывающий когнитивную базу среднего американца (Hirsch et al., 2002), а также книгу Р.Марзано относительно способов формирования у учеников американских школ необходимых фоновых знаний (Marzano 2004).

Однако следует учитывать, что фоновые и энциклопедические знания, связанные с нестереотипными объектами, фактами, явлениями, персоналиями и формирующие смысловой (когнитивный) уровень сознания, могут вообще не быть представлены в языковом сознании в виде готовых значений языковых знаков. Они существуют в неязыковой форме в виде многочисленных импликаций и пресуппозиций и очень часто не вербализуются, так как считаются известными для данной лингвокультурной общности. Их постижение носителем другой этнической культуры представляет определенные трудности и возможно лишь при условии задействования когнитивного уровня сознания и целенаправленной работы по формированию адекватных системных представлений об иностранном языке и иноязычной культуры в целом.

Таким образом, для решения проблем непонимания или не полного понимания в межкультурном общении наличие одной лишь лингвистической и социолингвистической компетенции не может являться достаточным. Для этого необходимо наличие также и

межкультурной и коммуникативной компетенции, которая может быть достигнута путем формирования стандартных, принятых в данном обществе концептов. В этом случае язык используется в своей основной функции – коммуникативной, для пояснения значений слов и через них – для формирования в сознании соответствующих концептов.

## **2. Аксиологический аспект речевой коммуникации**

Одним из компонентов в структуре языковой личности являются ценности. В трехуровневой модели языковой личности, предлагаемой Ю.Н. Карауловым, ценностно-установочные критерии отнесены к высшему, мотивационному уровню (Караулов 2003: 43). В.И. Карасик обоснованно выделяет моральные и утилитарные нормы поведения в особый – ценностный аспект – изучения языковой личности. По его утверждению, языковая личность представляет собой «обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций» (Карасик 1996: 3).

В Большом энциклопедическом словаре ценность определяется как «*значимость* объектов окружающего мира для человека, класса, группы, общества в целом, определяемая не их свойствами самими по себе, а их вовлеченностью в сферу человеческой жизнедеятельности, интересов и потребностей, социальных отношений». При этом различают материальные, общественно-политические и духовные ценности, положительные и отрицательные ценности (Большой энциклопедический словарь 1991: 613-614).

Ценностный план языковой личности проявляется в *нормах поведения*, закрепленных в языке (Карасик 2002: 32). В.И. Карасик рассматривает ценности как «*высшие ориентиры поведения*», которые возникают на основе *знания и собственного жизненного опыта человека* и представляют собой личностно окрашенное отношение к миру. Как замечает ученый, ценности лежат в основе

оценки предметов, качеств и событий (Карасик 1996: 3).

По В.И. Карасику, нормы поведения коррелируют с коммуникативными постулатами П. Грайса. Однако если коммуникативные постулаты относятся прежде всего к регулированию информационного обмена, то нормы поведения – к поддержанию и сохранению «общественного лица» как самоуважения человека. Исследователь полагает, что «в социальном плане нормы поведения представляют собой механизм оптимальной регуляции межличностных и статусных отношений в обществе. В интерактивном плане такие нормы позволяют индивиду вести себя в соответствии с ожиданиями партнеров по общению, с принятыми (и положительно оцениваемыми в обществе) стереотипами поведения» (Карасик 2002: 23).

О.С. Иссерс обращает внимание на оценочную функцию ценностей, рассматривая их как «субъективные» знания, входящие в модель мира и противопоставляемые «объективным» знаниям о мире типа «снег весной тает», специальным фактам типа «Волга впадает в Каспийское море» и правилам продукций типа «Если холодно, нужно тепло одеваться». Ценности же в отличие от таких «объективных» знаний представляют собой оценочные когнитивные структуры, обобщающие опыт индивида и социума (Иссерс 2003: 41-42).

Таким образом, исследователи при рассмотрении понятия «ценность» используют такие ключевые слова, как «значимость», «норма поведения», «желаемое», «оценивание», «опыт», «влияние на выбор действий, целей и средств». Ценности – это высшие ориентиры поведения человека. Помимо *духовных и материальных* ценностей, которыми люди руководствуются в своем поведении, имеются и другие ценности.

В.И. Карасик в своей *классификации ценностей* предлагает различать *этические (моральные)* и *утилитарные* ценности. Когда речь идет о моральных нормах, акцентируются интересы других людей, в случае же с утилитарными нормами делается акцент на интересах индивида. На основе анализа пословично-поговорочного

фонда В.И. Карасик выделяет следующие классы моральных норм: нормы взаимодействия (напр., «Люди должны помогать друг другу», «Нельзя быть неблагодарным»), жизнеобеспечения (напр., «Следует трудиться», «Следует выполнять свое дело хорошо»), контакта (напр., «Следует быть честным», «Не следует быть высокомерным»), ответственности (напр., «Нужно отвечать за свои действия», «Не следует исправлять другой поступок другим дурным поступком»), контроля (напр., «Следует быть справедливым», «Не следует поручать одно дело слишком большому числу людей»). К утилитарным нормам В.И. Карасик относит следующие классы норм: нормы реализма (напр., «Следует знать правду», «Следует предпочесть наиболее реальное благо»), безопасности (напр., «Следует быть осторожным», «Не следует принимать необдуманное решение»), благоразумия (напр., «Нужно следить за своим здоровьем», «Не следует работать без отдыха») (Карасик 2002: 37-38).

В.И. Карасик отмечает, что шкала утилитарных и моральных ценностей имеет продолжение в области *субутилитарных* ценностей (витальных потребностей в пище, сне и др.), с одной стороны, и в области *суперморальных* ценностей (иррациональных установок, закреплённых в догматах веры и юридических кодексах) (Карасик 1996: 4).

Различие субутилитарных, утилитарных, моральных и суперморальных ценностей соотносится с иерархией фундаментальных потребностей по А. Маслоу, который рассматривает следующие потребности от «низших» до «высших»: физические потребности (пища, вода, сон и т.п.), потребность в безопасности (стабильность, порядок), потребность в любви и принадлежности (семья, дружба), потребность в уважении (самоуважение, признание), потребность самоактуализации (развитие способностей). При этом А. Маслоу подчеркивает, что высшая природа человека опирается на его низшую природу, нуждается в ней как в основе, и терпит неудачу без этой основы. Иными словами, для большинства людей высшая природа человека

непостижима без удовлетворения низшей природы, как ее опоры (Маслоу1999).

В этой связи представляется важным мнение В.И. Карасика о том, что ценностный аспект языковой личности является одним из важнейших измерений зрелости того или иного человеческого сообщества и выступает в качестве меры прогресса человечества. То есть, доминирование в обществе материальных ценностей свидетельствует о более низкой степени его развития, а, соответственно, преобладание духовных ценностей – о более высоком.

В.И. Карасик предлагает классификацию ценностей, в соответствии с которой их можно разделить на *внешние (социально обусловленные)* и *внутренние (персонально обусловленные)*, между которыми нет четкой границы. В соответствии с данной классификацией к внутренним ценностям относятся индивидуальные (персональные, авторские) ценности. К внешним же ценностям можно отнести общечеловеческие, этнические и групповые ценности. Последние В.И. Карасик разделяет на микрогрупповые (например, в семье, между близкими друзьями) и макрогрупповые (социальные, ролевые, статусные и др.) Кроме того, в этой классификации можно выделить ценности *типа цивилизации* (например, ценности современного индустриального общества, ценности средневекового христианства) (Карасик 1996: 3).

Каждой из рассмотренных классификаций соответствует определенная функция ценностей. Так, классификация, основывающаяся на различии утилитарных и моральных ценностях, акцентирует их *регулирующую* функцию, в соответствии с которой ценности выступают как нормы поведения человека. Уместно заметить, что ценности управляют в том числе и коммуникативным поведением человека, оказывая влияние, например, на выбор той или иной коммуникативной стратегии и коммуникативных тактик, реализующих стратегии. Следовательно, выполняя регулятивную функцию, ценности играют важную роль в *стратегическом планировании коммуникации*. Как отмечают исследователи, от

ценностей зависит предпочтение определенных путей достижения цели, то есть коммуникативных стратегий и тактик, и, более того, ценности находят свое выражение именно в коммуникативной деятельности, актуализируясь тогда, когда нужно сделать выбор между той или иной коммуникативной стратегией.

При выявлении ценностных доминант, связанных с представлениями о наиболее значимых личностных характеристиках человека, мы методологически руководствовались исследованиями В.И. Карасика, который предлагает выделять *ценностную картину мира* в качестве отдельного аспекта языковой картины мира. В.И. Карасик отмечает, что ценностная картина мира фиксирует наиболее значимые для определенной культуры смыслы, то есть ценностные доминанты, совокупность которых образует определенный тип культуры, поддерживаемый и сохраняемый в языке. При этом речь о ценностных доминантах идет тогда, когда в языке обнаруживается такое явление, как *семантическая плотность*, обозначающее проявление семантического закона, согласно которому наиболее важные предметы и явления жизни народа получают разнообразную и подробную номинацию. Именно семантическая плотность является сигналом ценностных доминант (Карасик 1996).

В связи с этим следует отметить, что семантическая или номинативная плотность предполагает не только детальное и множественное, но и однословное наименование фрагмента действительности, что является важнейшим показателем его актуальности для конкретного лингвокультурного сообщества.

В.И. Карасик наряду с языковой картиной мира в качестве ее аспекта выделяет ценностную картину мира в языке. Здесь, согласно автору, уместно разграничить, по меньшей мере, этнокультурный и социокультурный планы, применительно к различным видам оценочных отношений, например, отношение к старшим и младшим, детям, женщинам и мужчинам, к животным, к собственности, к здоровью и болезням, к смерти, к состязаниям и играм, к труду и подвигу, к чуду и обыденности, к приватности, к жилищу, к земле и небу, к явлениям природы, ко времени и

пространству. Ценностная картина мира в языке включает общечеловеческую и специфическую части, при этом специфическая часть этой картины сводится к различной номинативной плотности объектов, различной оценочной квалификации объектов, различной комбинаторике ценностей (Карасик 2002: 166-167).

Рассматривая проблему ценностей с точки зрения межкультурных различий следует отметить, что оценка окружающего мира основывается на системе ценностей, принятой данным обществом. Как показывают исследования, проводимые в рамках существующих методик кросскультурного измерения культур, например, «культурного синдрома» Г.Триандиса, «измерения культур» Г.Хофстеде, теории ценностей личности и культуры Ш.Шварца, теории модернизации и постмодернизации (или теории двух сдвигов) Р.Инглхарта и К.Вельцеля и др., система ценностей зависит от целого ряда факторов, в том числе этнических характеристик, личностного опыта, культурно-исторического наследия, социально-экономических и общественно-политических условий и т.д.

Рассматривая влияние процессов модернизации и постмодернизации на изменение ценностей в массовом сознании людей Р.Инглхарт и К.Вельцель вывели двухуровневую модель оценки ценностей, согласно которой с развитием экономики в индустриальных и постиндустриальных странах усиливаются секулярно-рациональные ценности и ценности самовыражения и соответственно ослабевают традиционные ценности и ценности выживания, при этом в более богатых странах ценности меняются значительно быстрее, чем в бедных, в результате чего ценностный разрыв между этими странами усиливается с каждым годом (Inglehart, Welzel 2005). Указанная модель ценностей Р.Инглхарта и К.Вельцеля, которую они считают главным способом измерения кросс-культурных различий, представляется обычно в виде двух координатных осей, по концам одной из которых находятся ценности выживания и ценности самовыражения (Traditional vs.

Secular-Rational Values), а другой – традиционные ценности и секулярно-рациональные ценности (Survival vs Self-Expression Values).

По данным Всемирного обзора ценностей (WVS) на 2015 г. Армения на вышеуказанной шкале ценностей тяготеет соответственно к традиционным ценностям и еще больше к ценностям выживания. Россия опережает Армению по показателям ценностей выживания и секулярно-рациональных ценностей. Великобритания и США на шкале ценностей выживания и ценности самовыражения находятся на прямо противоположных с Россией и Арменией сторонах, далеко опережая последних по показателям ценностей самовыражения. Что касается традиционных ценностей и секулярно-рациональных ценностей, то Великобритания и США занимают срединные позиции, опережая по показателю традиционных ценностей Россию, но уступая Армении<sup>16</sup>.

Сторонники традиционных ценностей придают важное значение религии, связям между родителями и детьми, проявляют почтительное отношение к властям и традиционным семейным ценностям. Люди, которые придерживаются традиционным ценностям, отрицательно относятся к разводам, абортам, эвтаназии и суициду. Они имеют высокий уровень чувства национальной гордости, а также националистические взгляды<sup>17</sup>.

Приверженцы секулярно-рациональных ценностей имеют противоположные предпочтения. Общества с высоким уровнем секулярно-рациональных ценностей придают меньшее значение религии, традиционным семейным ценностям и необходимости почтительного отношения к властям. Разводы, аборт, эвтаназия и суицид считаются относительно приемлимыми явлениями (Там же).

Ценности выживания предполагают больший упор на вопросы экономической и физической безопасности. Для приверженцев данных ценностей характерны чувство национальной гордости и этноцентризм, низкий уровень межличностного доверия и толерантности по отношению к представителям других религиозных и этнических общностей, а также к нетрадиционным



меньшинствам (Там же).

В обществах с высоким уровнем ценностей самовыражения большое внимание уделяется проблемам сохранения окружающей среды, качеству жизни, обеспечения гендерного равноправия, учету мнения меньшинства, толерантного отношения к некоренным национальностям, представителям нетрадиционных меньшинств, требованиям участия в принятии решений по вопросам, касающимся экономической и политической жизни страны. В данных обществах большое внимание уделяется вопросам образования и профессионального роста населения, особенно молодежи. В обществах с высоким уровнем ценностей самовыражения важное значение придается также свободе выбора (freedom of choice) и равенству возможностей (equality of opportunities), которые подразумевают свободу образа жизни, равенства полов, личной автономии и право каждого человека на выражение своего мнения (Там же).

Несмотря на процессы глобализации и модернизации современный мир продолжает оставаться разделенным на культурные зоны, которые в значительной мере влияют на культурные ценности тех или иных народов. Например, в англоговорящих (англосаксонских) странах преобладают ценности самовыражения, а в постсоветских странах – ценности выживания<sup>18</sup>. Тем не менее и внутри культурных зон наблюдаются существенные различия и даже противоречия. Так, по данным организации World Value Survey (WVS) за 2015 г. среди стран постсоветского пространства у Армении самый высокий показатель по приверженности традиционным ценностям. В России из-за влияния советской идеологии более выраженными оказались секулярно-рациональные ценности и по показателю традиционных ценностей она уступает не только Армении, но и США и Великобритании (Там же).

В американском обществе, несмотря на сильно развитые ценности самовыражения и характерного для постиндустриального общества отхода от традиционных ценностей и сдвига к секулярно-

рациональным ценностям, уровень традиционных ценностей остается достаточно высоким, причем по этому показателю США опережает Великобританию, которая традиционно считается страной, заботящейся о сохранении своих традиций.

У. Бейкер, рассматривая систему традиционных ценностей в современном американском обществе, считает, что среди факторов, влияющих на относительно высокий уровень традиционных ценностей в США главное место принадлежит религии и в первую очередь протестантизму, привнесенному в Северную Америку в начале XVII века отцами-пилигримами (Pilgrim Fathers), которые искали на американском континенте свободу для исповедования своих пуританских идей, остающимися до сих пор «глубинной структурой» современной американской культуры (Baker 2005: 27).

Как отмечает Т.С. Самохина, ссылаясь на американского историка Уоррена Сасмена, «анализ американской культуры невозможен без осознания того, что американцы – это прежде всего нация протестантов, и все прочие идеологии занимают по отношению к протестантству подчиненное положение. Для формирования менталитета американской нации особую важность представляет та значимость, которая придается в американском протестантстве *моральной ответственности человека*, уверенность в том, что исконная испорченность и порочность людей, которая отделяет их от Бога, может усмиряться соблюдением *строгих моральных норм, социальных законов и догматов, трудом и дисциплиной*» (Самохина 2005: 16).

Таким образом мораль американского протестантизма определяет целый ряд ценностей, характерных для американской культуры. Ценность усердного труда и прилежания является одной из них. Симптоматично, что и в начале XXI века 96 % американцев продолжают считать, что каждый может достичь успеха в Америке благодаря своему трудолюбию и настойчивости (Baker 2005: 51). Другой важной особенностью американской религии являются присущие ей *мессианские настроения*, которые представляют США как страну избранную для распространения и утверждения на земле христианских ценностей и целей (Самохина 2005: 16). Подобные настроения

находят отражение в речах высших государственных деятелей страны, изобилующих словами “exceptional”, “leadership” относительно роли США по распространению демократии в мире, а также «менторскими», проповедническими нотками, которые основаны на абсолютно искреннем убеждении в том, что то, что они исповедуют, является истиной (Там же).

По мнению У. Сасмена (Susman 1984), культуре американского пуританизма с его моральными ценностями самоограничения и усердного труда противостоит новая культура постиндустриального общества потребления и изобилия, проповедующая такие ценности как самовыражение и самореализация личности и наслаждение жизнью. Ключевыми словами для этой новой культуры являются такие слова как plenty, play, leisure, recreation, self- fulfillment, dreams, pleasure, immediate gratification, personality, public relations, publicity, celebrity (Susman 1985: 172-174), так же как enjoy, selfie, like, smiley и др. В этом противостоянии, по мнению У. Бейкера, американские традиционные ценности успешно противостоят тенденции превалирования секулярно-рациональных ценностей, которая обычно наблюдается в развитых индустриальных и постиндустриальных странах как результат их экономического развития, но не препятствуют росту ценностей самовыражения. Более того, традиционная американская культура благодаря своим главным ценностям, лежащим в основе американской идеологии, а именно свободе (liberty), эгалитаризму, индивидуализму, популизму и невмешательству государства в дела частных лиц, бизнес и торговлю (laissez-faire), даже способствует развитию ценностей самовыражения (Baker 2005: 185).

Как правило, взрослое поколение бывает более склонным к традиционным ценностям, чем молодое поколение. Однако, по оценкам У. Бейкера, разрыв между поколениями в плане приверженности традиционным ценностям в американском обществе незначителен. Это он объясняет тем, что традиционные ценности инкорпорированы в национальные институты и каждый раз воспроизводятся со сменой поколений (Baker 2005: 53). Одним из проявлений этого является символическая роль религии в

американском обществе. Как замечает Г. Алтен, хотя в США церковь отделена от государства (как залог свободы вероисповедания), имеются примеры официального использования религиозных символов в общественной жизни. Так, американские президенты и другие официальные лица как правило заканчивают свои речи словами "God bless you. May God bless the United States of America". Слова "In God we trust" («На Бога уповаем») напечатаны на банкнотах и монетах США. В Клятве не верность флагу (Pledge of Allegiance), которую приносят в начале каждого школьного дня миллионы американских школьников, США характеризуется как страна, «единная перед Богом» ("one nation under God"). Каждая сессия Конгресса США, Верховного суда и других официальных органов начинается с обращения – молитвы к Богу (invocation) с просьбой божественного руководства. Во время инаугурации президент присягает на Библии, а в официальном тексте клятвы содержатся слова "So help me God" («Да поможет мне Бог»). При этом, как сказал Б.Обама во второй своей инаугурационной речи в январе 2013 г., клятву, которую президент приносит при вступлении в должность – это клятва Богу и стране и она мало чем отличается от клятв, которые приносят другие официальные лица и простые граждане США: "My fellow Americans, the oath I have sworn before you today, like the one recited by others who serve in this Capitol, was an oath to God and country, not party or faction. And we must faithfully execute that pledge during the duration of our service. But the words I spoke today are not so different from the oath that is taken each time a soldier signs up for duty or an immigrant realizes her dream. My oath is not so different from the pledge we all make to the flag that waves above and that fills our hearts with pride"<sup>19</sup>.

Американцы клянутся на Библии при вступлении в должность, в суде и принося присягу в армии, американские президенты включают цитаты из Библии в свои речи, в каждом гостиничном номере имеется Библия короля Якова. Библия до сих пор является основной настольной книгой во многих фермерских семьях, в силу чего территория на Юге и Среднем Западе США с

преобладанием приверженцев протестанского фундаментализма называется Bible Belt (библейский пояс).

Как отмечает Г.Алтен, американцы в целом гордятся той свободой вероисповедания, которую гарантирует им американская конституция и американское правительство (Althen 2003:121). Однако многие из тех, кто считает себя верующим, редко посещают церковные службы и в основном ходят в церковь один или два раза в году – в канун Рождества (Christmas Eve) и на Пасху (Easter Sunday). Однако американцы, независимо от того, веруют они или нет, обязательно прибегают к церковным ритуалам в связи со свадьбой или похоронами. Быть верующим для американцев означает не столько придерживаться какой-то системы взглядов или правил поведения, сколько участие в формальных религиозных мероприятиях (речь, конечно, не идет о малых религиозных группах или сектах, которые весьма активны в проповедовании своих идей и привлечении в свои ряды новых членов) (Althen 2003:125).

Говоря о факторе религии, который по мнению У. Бейкера оказывает «устойчивое влияние» на современную систему ценностей (Baker 2005: 27), отметим, что по данным WVS на 2011 г. 40.4% населения США считают религию очень важным фактором в их жизни, а еще 28 % – достаточно важным. По этому показателю США опережают Великобританию (соответствующие данные на 2005 г. составляют 20.7% и 19.4%), а так же Россию (данные на 2011 г. составляют 14.3% и 27.5%), но уступают Армении (данные на 2011 г составляют 57.5% и 31.8%)<sup>20</sup>.

Конечно, статистические данные не всегда могут точно отразить ценностные ориентации людей. Например, по данным опросов, до 88% процентов англичан относят себя к той или иной христианской конфессии – в основном к англиканской церкви, – но на практике только 15 % из них регулярно посещают церковь. Как пишет К.Фокс, религия как таковая по большому счету сегодня не играет особой роли в жизни англичан, «некоторые из нас ходят в церковь на рождественскую службу, еще меньше – на пасхальную, но для большинства англичан посещение церкви ограничивается

свадебными и похоронными церемониями и, возможно, крестинами» (Фокс 2008: 422-423). Англичане в заявлении или анкете в графе о вероисповедании обычно пишут “C of E” вместо “Church of England”, причем дело тут не столько в краткости самой формулы. Как объясняет К. Фокс, англичане предпочитают по возможности употреблять именно эту формулу, как в речи, так и на письме, «поскольку слово “church” («церковь») пронизано религиозностью, а “England” («Англия») звучит несколько патриотично», а также и потому, что «это не подразумевает ни соблюдения религиозных предписаний, ни веры во что бы то ни было – даже в существование Бога» (Там же: 423).

В вопросе существования Бога, пишет К. Фокс, «мы вежливо безразличны, *толерантно* безразличны, *благодарушно* безразличны. В общем-то, мы ничего не имеем против Бога. Приходя в Его дом – на свадьбы и похороны, – мы ведем себя так же вежливо, как в гостях, хотя нелепая выпренность нашего поведения нас самих немного смущает. А за пределами церкви Бог крайне редко затрагивает наше существование и присутствует в наших мыслях. Те, кто хочет поклоняться Ему, пусть поклоняются – мы живем в свободной стране, – но это сугубо личное дело, и негоже навязывать свои взгляды другим или смущать и беспокоить остальных своей набожностью. (Все показное англичане ненавидят больше всего на свете)» (Там же: 426).

Хотя британцы занимают одно из последних мест в Европе по посещаемости церквей (Hargraves 2009: 56), Э.Майол и Д. Милстед считают, что одним из главных аспектов в системе ценностей англичан является их склонность к пуританству, проявляющаяся, например, в убеждении, что «грешно доставлять себе удовольствие все 24 часа в сутки» (Майол, Милстед 1999: 19). Однако наиболее важной ценностью для англичан является понятие здравого смысла (common sense), которое является основополагающим буквально во всем (Там же: 17).

Не менее важным понятием, отражающим суть английских моральных ценностей, является правило честной игры (the fair-play rule). Как пишет К.Фокс, «понятие «честная игра», имеющее

спортивный подтекст, предполагает, что всем должны быть предоставлены равные возможности, что никто не должен пользоваться незаслуженным преимуществом или льготами, что люди должны вести себя благородно, соблюдать правила, не обманывать и не увильнуть от ответственности. В то же время понятие «честная игра» учитывает отличия в способностях и допускает исход, при котором есть победители и проигравшие, но при этом подразумевается, что сам процесс игры – причем играть нужно хорошо и по-честному – важнее, чем победа» (Фокс 2008: 237).

В некотором отношении правила честной игры, по мнению автора, помогают англичанам и в сфере труда и бизнеса, благодаря следованию которым «они по праву слынут честными и законопослушными бизнесменами». «Пусть мы немного скучны и нам свойственна чрезмерная умеренность, – пишет К.Фокс, – но все же чувство справедливости, стремление «играть по правилам» – это то, чем мы должны гордиться, не опасаясь показаться яркими патриотами» (Там же: 237- 238).

Ценности играют важную роль в политической борьбе. Как отмечает Дж. Лакофф, главный стратег президентских предвыборных кампаний Р. Рейгана 1980 и 1984 гг. Р. Виртлин сделал в 1980 г. открытие, которое существенным образом повлияло на американскую политику, и, в частности, на весь американский политический дискурс. Им было обнаружено, что избиратели во время голосования принимают решение не в зависимости от позиции кандидата по тому или иному конкретному вопросу, а в зависимости от ценностных ориентаций кандидата. Так, на выборах 1980 г. многие избиратели, которые не разделяли позиции Р. Рейгана по тому или иному вопросу, тем не менее проголосовали за него. Сам же Р. Рейган во время предвыборной компании говорил не столько о конкретных политических и социально-экономических вопросах, фактах и цифрах, сколько об американских ценностях, которые разделялись большинством избирателей, проголосовавших за него (Lakoff 2006: 7). Как отмечает Дж. Лакофф, эффективная предвыборная компания в плане воздействия на избирателя

заключается в выражении ценностных установок кандидата и использование конкретных вопросов как символов, выступающих в качестве индикаторов его моральных ценностей и свидетельствующих о том, что ему можно доверять.

Дж. Лакофф, связывая американскую идентичность с американскими ценностями, считает, что именно последние «сделали Америку великой и свободной страной – страной, в которой толерантность привела нас к единству, в которой разнообразие дало нам силу, в которой действия во имя общего блага привели к осуществлению нашей мечты, и в которой уважение человеческого достоинства увеличило возможности для человека, дало свободу творчеству и сделало страну богатой» (“As traditional Americans, that is, as progressive Americans, we are beginning to lose our identity, the very values that have made America a great and free country – a country where tolerance has led us to unity, where diversity has given us strength, where acting for the common good has brought our dreams to fruition, and where respect for human dignity has increased opportunity, released creativity, and generated wealth” – Lakoff 2006: XI).

По мнению Дж. Лакоффа, консервативное крыло американского общества сумело использовать традиционные либеральные ценности в своих собственных интересах, для обоснования своей политики, в том числе посредством тактики планомерного фреймирования и теперь либералам, которые начинают терять свою американскую идентичность, придется приложить большие усилия для «рефреймирования» американского общества в духе традиционных американских ценностей. Цитируемая книга Дж. Лакоффа, написанная в 2006 г., содержала конкретные рекомендации касательно этих вопросов (Lakoff 2006).

Так, согласно Дж. Лакоффу, традиционными американскими ценностями являются либеральные принципы свободы, равенства, человеческого достоинства, толерантности, разнообразия и убеждение в том, что общее богатство страны должно быть использовано для общего блага. Однако, американская нация, пишет



Дж. Лакофф, «к сожалению, отделилась от этих традиционных ценностей». Чтобы добиться изменения подобной ситуации, истинные традиционные ценности «должны занять центральное место в национальном политическом дискурсе». А добиться этого, по мнению Дж. Лакоффа, будет не легко, для этого понадобится многие годы упорной работы и важная роль в этом должна отводиться вопросам фреймирования (Lakoff 2006: 5).

В политическом дискурсе, согласно Дж. Лакоффу, используются в основном три вида фреймов: поверхностные фреймы (surface frames), которые концептуализируют вопросы, подвергающиеся обсуждению, фреймы, определяющие предмет обсуждения (issue-defining frames), и глубинные фреймы (deep frames), характеризующие ценности, принципы и понятия обсуждаемых вопросов. При этом, Дж. Лакофф обращает особое внимание на то, что фреймы, определяющие предмет или суть вопроса (issue-defining frames), не только характеризуют проблему и определяют возможные пути ее решения, но, что более важно, блокируют, отсекают другие не менее важные вопросы, поскольку эти вопросы оказываются за пределами данного фрейма.

По мнению Дж. Лакоффа, очень важно, в чьих руках находится инициатива по формированию фреймов в обществе. Так, в современном американском обществе, по его мнению, эта инициатива находится в руках консервативного крыла. Например, фрейм «война» (war), который активно использовался во время войны в Ираке, имеет вполне конкретные импликации, особенно с учетом того господствующего в американском обществе мнения, что Америка ведет только справедливые войны. Так, фрейм «война» касательно войн, которые вела и может вести Америка, включает следующие слоты: 1. Война ведется против зла; 2. Война требует мужества и храбрости; 3. Те, кто привержен делу ведения войны до победного конца являются храбрыми людьми, патриотами и героями; 4. Те, кто предлагают «поспешно сбежать» (cut and run) с поля военных действий спасают свою собственную шкуру и являются трусами и предателями. Таким образом, фрейм «война» не

только определяет суть вопроса, но и предопределяет его решение: ретироваться и уходить с поля военных действий трусливо и аморально.

Поэтому, по мнению Дж. Лакоффа, все те, кто предлагал прекратить войну и вывести американские войска из Ирака обосновывая это интересами Америки, высокой ценой, которую приходится ей платить, или даже смертями американских солдат, попадали в своеобразную ловушку, ибо, оставаясь в рамках фрейма «война», их предложения неизбежно подпадали под слот “cut and run”.

Избежать эту уловку, которой и являлся фрейм «война», можно было лишь переформатировав ситуацию и показав, что то, что происходило в Ираке было не войной, а оккупацией. Фрейм «оккупация», как фрейм, характеризующий суть проблемы (issue-defining frame) более правдиво отражал то, что происходило в Ираке и предполагал целый ряд вопросов, лежащих в плоскости прагматики. А именно, приветствует ли местное население нахождение чужой армии в своей стране, приносят ли американские солдаты больше пользы, чем вреда и какой ущерб несут сами американцы, находящиеся в Ираке. И здесь вопрос состоит уже не в том, выводить войска или нет, а в том – когда именно выводить. Как отмечает Дж. Лакофф, «решения, которые имеют смысл при оккупации, полностью отличаются от решений, которые имеют смысл при войне» (Lakoff 2006: 5).

Будучи сенатором и готовясь вступить в гонку за президентское кресло, Б. Обама в своей речи от 20 ноября 2006 г., предпринял попытку «рефреймирования» фрейма “war on terror”, активно используемого администрацией Дж. Буша. Причем он не только использовал термин «оккупация», когда напомнил, что начиная с 2002 г. он был против американского вторжения в Ирак (“I said then and believe now that... an invasion would require an occupation of undetermined length, at undetermined cost, with undetermined consequences”), но и «рефреймировал» фрейм “war on terror” на фрейм «политический футбол», показывающий

бессмысленность политики администрации Дж. Буша Ираке: “A few Tuesdays ago, the American people embraced this seriousness with regards to America’s policy in Iraq. Americans were originally persuaded by the President to go to war in part because of the threat of weapons of mass destruction, and in part because they were told that it would help reduce the threat of international terrorism.

Neither turned out to be true. And now, after three long years of watching the same back and forth in Washington, the American people have sent a clear message that the days of using the war on terror as a political football are over. That policy-by-slogan will no longer pass as an acceptable form of debate in this country. “Mission Accomplished,” “cut and run,” “stay the course” – the American people have determined that all these phrases have become meaningless in the face of a conflict that grows more deadly and chaotic with each passing day – a conflict that has only increased the terrorist threat it was supposed to help contain”<sup>21</sup>.

Дж. Лакофф выделил также те базовые метафорические модели, которые использовались для оправдания первой и второй войн в Персидском заливе и продолжают занимать центральное место в осмыслении внешней политики в американском сознании. Одна из них представляет государство как индивида (The State as Person, The Nation as Person). Эта метафора позволяет представлять войну, как войну против одного человека, и оттеняет тот факт, что во время войны страдают тысячи безвинных людей. Другая метафорическая модель – это сказка о справедливой войне (The Fairy Tale of the Just War), в которой всегда есть злодей, жертва и спаситель и остается лишь представить нужные государства в соответствующих ролях (Lakoff 1991; 2003).

Во внутренней политике используется концептуальная метафора «Государство как семья» (Nation as Family), которая предполагает точное перенесение функций семьи на государство. Разница заключается лишь в моделях семьи, которые Дж. Лакофф подразделяет на две: “Strict father” – «Строгий отец» и “Nurturing parent” – «Заботливый родитель». Первая характерна для республиканцев и предусматривает заботу о детях, которых строгий

родитель может сделать лучше. Модель устанавливает прямую взаимосвязь дисциплины и морали с благополучием. Модель “Nurturing parent”, характерная для демократов, символизирует горизонтально организованную структуру власти, где все члены семьи работают вместе как группа (Lakoff 2006: 49).

Выступая с Победной речью перед собравшимися в Чикаго после своей победы на президентских выборах в США в 2012 г. Барак Обама, используя метафору семьи, заявил, что причина успехов страны в ее сплоченности, ибо американский народ – это одна семья, которая поднимается и падает вместе, как одна нация, и как один человек: “We are an American family and we rise or fall together as one nation and as one people”<sup>22</sup>.

Ту же идею Б. Обама высказал в своей победной речи в ноябре 2008 г.: “In this country, we rise or fall as one nation, as one people”<sup>23</sup>.

Использование метафористической модели семьи для характеристики американской нации является постоянным в современном американском политическом дискурсе. В своей инаугурационной речи в январе 1993 г. Б. Клинтон говорил: “We must provide for our Nation the way a family provides for its children”<sup>24</sup>.

И это неудивительно, ведь семья продолжает оставаться одной из главной американской ценностью. В этой связи Р. Рейган в своей номинационной речи в июле 1980 г. говорил: “I am very proud of our party tonight. This convention has shown to all America a party united, with positive programs for solving the nation's problems; a party ready to build a new consensus with all those across the land who share a community of values embodied in these words: family, work, neighborhood, peace and freedom”<sup>25</sup>.

Ту же мысль высказывал Дж. Буш выступая на конвенте республиканской партии в сентябре 2004 г.: “In this world of change, some things do not change: the values we try to live by, the institutions that give our lives meaning and purpose. Our society rests on a foundation of responsibility and character and family commitment. Because family and work are sources of stability and dignity, I support

welfare reform that strengthens family and requires work”<sup>26</sup>.

Дж. Чартерис-Блэк попытался выявить общие закономерности метафорического моделирования действительности и стандартные сценарии, актуализируемые в речи политиков для манипуляции общественным сознанием (Charteris-Black 2004; 2014). Он показал, как метафоры регулярно используются в выступлениях британских и американских политиков для актуализации нужных эмотивных ассоциаций и создания политических мифов о злодеях и героях. Сопоставляя метафорику в инаугурационных обращениях американских президентов и политических манифестах лейбористов и консерваторов второй половины XX в., он отметил, что в обоих корпусах проанализированных текстов распространены метафоры политика – это конфликт, путешествие и здание. Были обнаружены и определенные различия, например, что метафора огня и света как символа свободы, также как концептуальная метафора политика – это религия, характерны для американского политического дискурса, а метафоры растений (plant metaphor) характерны для британского политического дискурса (flourish, thrive, growth, take root).

В речи Д. Кэмерона от 23 января 2013 г. относительно членства Великобритании в ЕС содержались метафоры моря для описания политической действительности и поставленных целей: “ I know that the United Kingdom is sometimes seen as an argumentative and rather strong-minded member of the family of European nations. And it’s true that our geography has shaped our psychology. We have the character of an island nation – independent, forthright, passionate in defence of our sovereignty. We can no more change this British sensibility than we can drain the English Channel. And because of this sensibility, we come to the European Union with a frame of mind that is more practical than emotional. For us, the European Union is a means to an end – prosperity, stability, the anchor of freedom and democracy both within Europe and beyond her shores – not an end in itself”<sup>27</sup>.

Морская метафора “the anchor of freedom and democracy” используется для характеристики Британии как символа свободы и

демократии. Для представления своего видения о гибком и открытом характере взаимоотношений Великобритании с ЕС Д.Кэмерон дважды использует морскую метафору со словом flow (power must be able to flow back to Member States), для объяснения пагубности политики изоляционизма используется морская метафора to pull up the drawbridge (I never want us to pull up the drawbridge and retreat from the world). Подчеркивается, что хотя Британия является островным государством, она всегда играла важную роль в Европе (The fact is that ours is not just an island story – it is also a continental story) и была убежищем (Кэмерон употребляет метафору haven – гавань) для тех, кто спасался от тирании и преследований (We have provided a haven to those fleeing tyranny and persecution). Пафос речи Д. Кэмерона подкрепляется метафорами, связанными также и с другими понятийными областями. В частности Д. Кэмерон, говоря о свободе, использует образ пламени (огня) (And in Europe’s darkest hour, we helped keep the flame of liberty alight), хотя использование метафорической связи между огнем и свободой более характерно для американского политического дискурса (впервые связь между огнем и свободой использовал Дж. Вашингтон в своей первой инаугурационной речи: “since the preservation of the sacred fire of liberty and the destiny of the republican model of government...”<sup>28</sup>). Кроме этого в речи Д. Кэмерона использованы метафоры семьи (we are a family of democratic nations), путешествия (If we left the European Union, it would be a one-way ticket, not a return), строительства (And to build a strong economic base across the whole of Europe.) и т.д. Все они призваны усилить воздействующую силу речи, сделать ее более убедительной.

Таким образом, политическая метафора играет важную роль в манипуляции общественным сознанием. Однако предлагаемые политиками метафоры могут быть лишены аргументативной силы, если они не будут соответствовать концептуальным прототипам того или иного общества, его ценностными ориентирам.

В английском языке следующие концепты обладают особой значимостью. Концепт дома/домашнего очага – того, что

обозначается словом *home*. Дом наиболее близок по значению к русскому понятию «Родина» и английскому “*homeland*”. Это подтверждается многочисленными пословицами, крылатыми выражениями: *Home, sweet home, East or West, home is best, An Englishman's home is his castle, Every dog is a lion at home, Men make houses, but women make homes, Home is where the heart is, Houses are built to live in, not to look on*. Также от ядра «*home*» образованны многочисленные производные и сложные слова: *home-coming, homesickness, homey, homeliness, home-keeping, homeward*. Устойчивые сочетания: *be at home to smb.* («чувствовать себя уютно»), *home and dry* («в целостности и сохранности»), *make oneself at home* («чувствуйте себя как дома»), *home of lost causes* («пристанище несбывшихся амбиций») – прозвище Оксфордского университета.

В целом английский дом представляет собой микромодель острова: глухой забор, отгораживающий от внешнего мира, и кусок любовно возделываемой земли – маленький, ухоженный, окультуренный. В основе английского концепта *home* нетрудно разглядеть вытекающую из географического положения страны идею обособленности, отдаленности от всего остального мира и замкнутости в своем небольшом уютно обустроенном пространстве. Не случайно англичане так привязаны к своим домам.

Концепт “*home*” крепко сцеплен с концептом “*privacy*”. О важности данного концепта для английского сознания свидетельствует обилие словосочетаний, с ним образованных: *private life, private means, private property, in private, private feelings, in a private capacity* и др. Приватность является реакцией на скученность, желанием защитить личностное пространство.

Одна из характерных черт англичан – консервативность во вкусах и убеждениях, приверженность к устоявшемуся порядку вещей. В широком смысле концепт «традиция» подразумевает, что нечто прошло проверку временем, а потому его непременно следует сохранить (*Tradition wears a snowy beard. «У традиций седая борода»*). Сама этимология слова *tradition* (от латинского *tradere* – доставлять и *date* – то, что дано) подсказывает и связь с таким

важнейшим концептом английской культуры, как “heritage” «наследие». Слово heritage, кроме прямого значения «наследуемая собственность», определяется так же как «ценные объекты и качества, такие как исторические здания, нетронутый ландшафт и культурные традиции, оставленные предыдущими поколениями». Осознание своей культуры охватывает различные области жизни и находит отражение в существовании понятий: “literary heritage”, “national heritage”, “heritage buildings”, “heritage centre”, “sense of history and heritage”.

Различия в восприятии действительности обусловлены различиями национальных менталитетов. Народы, сохраняя свою идентичность, воспроизводят ее как на уровне этноса, так и отдельной личности. Это происходит в ходе воспитания за счет усвоения культурных ценностей и в практике совместной деятельности с опорой на коммуникативно-речевые процессы. Специфичность национальной ментальности во многом определяет свойственные этносам и их отдельным представителям модели поведения, в том числе речевого. Лингво-когнитивный подход дает возможность объективного изучения ментальности через языковые репрезентации результатов мыслительных процессов.

Одним из способов изучения ментальности является описание концептов, понимаемых как сгустки наших знаний об окружающем мире, прошедшие через призму чувств. До последнего времени наибольшее внимание исследователей привлекали этноспецифические концепты, которые в наиболее яркой форме демонстрировали отличие этнических менталитетов. Не менее важными являются универсальные концепты, особенно те, которые связаны с реалиями повседневной жизни, благодаря чему базовые ценности этноса сопрягаются с ценностями отдельной личности.

Особое внимание следует уделить тем концептам, которые представляют собой своеобразные коды – ключи к пониманию ценностей данной культуры, условий жизни людей, стереотипов их поведения. Эти ключевые концепты раскрывают ценностные приоритеты культуры, зафиксированные в значениях слов,



устойчивых выражений, прецедентных текстов, в стереотипах поведения. Для англоязычной лингвокультуры таковыми являются концепты “self”, “privacy”, “challenge”, “efficiency”, “dignity” (Карасик 2002: 99).

Проводя лингвистический анализ английского лексикона с точки зрения выявления культурных кодов, в нем можно обнаружить огромный культурно-специфический языковой пласт, связанный с монархией и традициями аристократии, выступающих в качестве главной лингвокультурной доминанты и занимающих важное место в системе ценностей британской культуры (the king of day – солнце, the king of metals – благородный металл, King of Glory – Христос, Queen of Glory – богородица, Queen of heaven – Луна, Queen of seas – (ист.) владычица морей, Великобритания; Queen’s English – безукоризненно правильный литературно английский язык, royal welcome – великолепный прием, royal view – прекрасный вид, royal stag – благородный олень, to have a royal time – великолепно провести время и т.п.). Симптоматично, что такая важная категория человеческого бытия как время в английской лингвокультуре не редко синхронизируется со временем правления английских монархов. Об этом свидетельствуют такие выражения как “Queen Ann is dead!” – старо как мир!; открыл Америку!; ”When Queen Ann was alive” – в незапамятные времена, при царе Горохе. В русском языке в аналогичных выражениях нет упоминания имен конкретных монархов (царь Горох – вымышленный образ). В армянском языке мысль о давно минувших временах можно выразить посредством выражения «Պիսիի տարվա» – «со времени моего деда» или если речь идет об очень уж древних событиях – «Նոյի թվի» – «со времен Ноя». В разговорном армянском языке используется также выражение «Նիկոլի թվի» – «со времен Николая» в смысле чего-то устаревшего, например, «Նիկոլի թվի սարքավորում, մեքենա, ավտոբուս», которое в современном армянском сознании уже ассоциируется не столько со временем нахождения Армении в составе Российской империи, сколько с советским периодом. Что

касается соответствующего английского выражения, то ассоциация с давно минувшими временами в английском языковом сознании именно с именем королевы Анны (конец 17 – начало 18 вв.), а не, допустим, с именами предшествующих или последующих монархов, связано, видимо, с тем, что королева Анна явилась последним британским монархом, наложившим вето на законопроект, принятый британским парламентом (1708г.).

Наиболее эффективным путем выявления национально-специфических концептов является их межъязыковое сопоставление. Безэквивалентная лексика, или то, что обычно называют «непереводимое в переводе», является тем языковым материалом, в котором выражаются фундаментальные национально-культурные концепты (Гунина 2009: 170). Существуют несколько разновидностей «лакунарных концептов», в том числе концепты, которые отсутствуют в других культурах, как, например, Royal Assent, Royal Maundy, first-footing, well-dressing, swan-upping и др., или же концепты, сочетание признаков которых не актуально в других культурах, как, например, privacy, gentleman, a stiff upper lip, fair play и др. При переводе подобных концептов порой приходится прибегать к их толкованию для понимания их смыслового содержания, например, gentleman – джентельмен; хорошо воспитанный человек – ջենտլմեն; բարեկիրթ՝ քաղաքավարի մարդ (Անգլերեն-հայերեն բառարան 1991); բարեկիրթ՝ քաղաքավարի՝ ազնիվ մարդ (Անգլերեն-հայերեն բառարան 2007); Անգլիայում՝ ազնվականական հասարակության կանոններն ու վարքի նորմերը խստորեն պահպանող մարդ (Օտար բառերի բացատրական բառարան 2004). Производные от слова gentleman также подлежат толкованию: gentleman's agreement – джентельменское соглашение – պատվի համաձայնություն, gentleman-at-arms – лейб-гвардеец – արքունի թիկնապահ, gentleman's gentleman – камердинер – անձնական սպասավոր, բարձրաստիճան անձի ծառա. То же отнесится и к

концепту a stiff upper lip – мужество, присутствие духа, невозмутимость – քաջութիւն, արիութիւն, զսպաճութիւն. Хотя принцип fair play – игра по правилам – արդար խաղ, արդար վերաբերում не чужд армянскому языковому сознанию, находящееся в домене концепта fair play выражение (it is) not cricket – не по правилам, нечестно – կանոնի համաձայն չէ, ազնիվ չէ с точки зрения сочетания признаков совершенно не актуально в армянской лингвокультуре.

А. Вежбицка в русской культуре выделяет такие доминанты поведения, как щедрость, относительная неконтролируемость чувств, неконтролируемость судьбы, категоричность моральных суждений, которые заложены в русской грамматике и определяют мировоззрение носителей языка (Вежбицка 1996).

Одним из важных универсальных концептов является концепт «семья». Однако и здесь мы находим культурно-специфические особенности в приоритетах семейных отношений. Если в русской и армянской семьях больший приоритет отдается ребенку, то в английской семье на первом месте стоят взаимоотношения супругов, а отношениям с детьми отводится подчиненное значение. Неудивительно, поэтому, что дети по достижению совершеннолетия, как правило, покидают родительский дом и ведут самостоятельную жизнь, к которой их приучают с самого детства.

Семейные приоритеты находят свое выражение в самом языке. Так, применительно к детям в английском языке используется местоимение для неодушевленных предметов “it”, в отличие, например от любимых домашних животных, для названия которых в английском языке есть отдельное слово “pet”, отсутствующее как в русском, так и в армянском языках, что говорит об особой любви англичан к животным<sup>29</sup>.

Как уже отмечалось, существуют разные способы исследования «ценностной картины мира» и выявления наиболее значимых концептов для языкового сознания той или иной языковой

общности. В настоящее время внимание многих исследователей обращается к проблеме «ценностной картины мира» в ее выражении средствами фразеологии разных языков (Верещагин, Костомаров 1990, Телия 1996; и др.). Утверждается возможность именно на основе анализа содержания фразеологизмов и пословиц как традиционных и относительно стабильных носителей концентрированного общественного опыта выявить специфику и общность ценностей различных языковых коллективов. Пословичные тексты, в силу подчинения определенному набору правил, представляют собой один из наиболее удобных объектов для структурного и семиотического анализа. Изучение нравственного исторического наследия, запечатленного в пословичном фонде языков, способствует выявлению мировоззренческой мудрости народа.

Одним из наиболее «сильных» средств передачи и фиксации культурных ценностей является паремиологический фонд. Паремии, содержащие непосредственную и/или опосредованную оценку различных аспектов речевых действий, способствуют реконструкции культурных архетипов, регулирующих функционирование речеповеденческого кода.

Паремии относят к особой языковой подсистеме. Их рассматривают как источник проникновения в суть культурно-специфических взглядов, норм, убеждений, говорящих на том или ином языке. В паремиях наиболее показательна связь с культурными установками, ценностями, «укладом бессознательного» определенного этноса. Учитывая мнение таких исследователей, как В. В. Виноградов, А. В. Кунин, пословицы и поговорки относим к фразеологизмам, в которых культурная маркированность выражена наиболее ярко. Вслед за В. Н. Телия, полагаем, что исследование культурно-маркированного содержания во фразеологизмах позволяет увидеть воздействие культурно-человеческого фактора на формирование и функционирование фразеологизмов и как следствие такого воздействия – обретение ими функции эталонов и стереотипов национальной культуры (Телия 1996: 271).

Изучение пословиц дает важный материал для понимания универсальных и специфических для данной культуры черт коммуникации. В пословицах и поговорках, для которых характерно большое количество сравнений и метафор, отображается национальная и этническая идентичность данной лингвокультурной общности, ее ценностная картина мира.

Если рассматривать пословицы и поговорки как речевые акты с определенными целями и намерениями, то можно выделить определенные коммуникативные доминанты поведения, принятые в той или иной лингвокультуре. Продуктивной в этом плане, представляется, процедура анализа, предложенная, Е. М. Верещагиным и В. Г. Костомаровым. Они анализируют отдельные речевые акты (совета, утешения, угрозы и т. п.) с применением аппарата речеповеденческих тактик (Верещагин, Костомаров 1999: 10-16). В данном случае речевая тактика трактуется как «конкретный этап осуществления речевой стратегии, речевой акт»<sup>30</sup>. Учитывая вышесказанное, пословицы и поговорки можно рассматривать в поведенческом аспекте как образцовые речевые акты, имеющие ту или иную цель. При этом полагаем, что особое внимание следует уделять тем пословицам и поговоркам, которые выделяются в словарях культурной грамотности и входят в когнитивную базу данной лингвокультуры (Hirsch, 2002).

Для армян семья всегда являлась важнейшей ценностью, залогом национального существования. Следующие пословицы указывают на специфику армянских межсемейных отношений:

«Աղջիկն ուրիշի տան ճրագն է», «Աղջիկն օր հարս կերթաւ, գուլպի պէս կրանդէն, նորէն կգործեն», «Ժամ քանդելը լավ է, քան աղջկա անուն կոտորելը», «Կինը տղամարդու հոգին է», «Աղեկ կին, չունի գին», «Մեռնի քո կնիկ, ավիրի քո տնիկ», «Կնկան շինածը Աստված կշինէ», «Տղամարդը դրսի պատն է, կինը՝ ներսի», и др.

Из этих пословиц видна важность социальных ожиданий для армянского менталитета, в соответствии с чем девочки с раннего

возраста воспитываются согласно отведенной им социальной роли. Девочка в этническом самосознании армян является святостью и сопоставляется с церковью. Армяне с психологической точки зрения являясь сверхсоциализированной личностью придают особую важность общественному мнению о себе и своей семье. Еще большей святостью для армян является понятие матери и дома, оскорбление в адрес которых в сознании армян является кровной обидой.

С точки зрения межкультурных различий следует учитывать, что любые оскорбления для армянского менталитета имеет семантическую наполненность в отличие от английской и в меньшей мере русской, лексикон которых допускает активное использование инвективной лексики в силу ее семантической опустошенности.

В отличие от понятия, концепт более привязан к актуальным, конкретным условиям жизни людей, не претендуя на универсальный характер. Рядового носителя языка не часто интересуют энциклопедические данные о том или ином предмете или явлении. В структурировании содержания концепта могут участвовать целый ряд прагматических факторов, начиная от пола, возраста и образования и кончая сферой профессиональных занятий и интересов, групповой и этнической принадлежности.

Концепты распознаются в основном в ходе эмпирических исследований: либо в итоге психологических и социологических экспериментов, либо в лингвистическом анализе языковых фактов. Так, многокомпонентная структура концепта, которая имеет смысловую (когнитивную), образную (перцептивную) и ценностную (аксиологическую) стороны, может быть выявлена и изучена через анализ языковых средств её репрезентации. Одними из таковых являются системные синонимы лексемы, репрезентирующей концепт. Семантический анализ словарных дефиниций ключевого слова позволяет выделить различные сферы его употребления. Например, слово «свобода» может иметь разные аспекты его употребления, в том числе общественно-политический, личностно-ориентированный, философский, исторический, юридический и

разговорно-бытовой. В исследуемых языках по количеству синонимов лексемы «свобода» доминирует личностно-ориентированный аспект, что свидетельствует о высокой значимости данного семантического компонента. В то же время слово «свобода» в разных языках может иметь разную значимость в разных аспектах употребления. Так, если слово «свобода» по количеству синонимов в русском языке обнаруживает большую значимость в разговорно-бытовом аспекте, то в английском языке обнаруживается большое количество синонимов слова «свобода» в общественно-политической сфере, что свидетельствует о том, что общественно-политические значения “freedom” шире, чем в русском слове «свобода» или армянском «ազատութիւն». Кроме того, английское слово “freedom” имеет абсолютный синоним “liberty”, чего нет ни в армянском ни в русском языках. В русском языке наиболее близким по лексическому значению выступает слово «воля». По мнению А. С. Солохиной, «свобода» и «воля» являются именами одного концепта, словарные дефиниции которых имеют «три основных значения, общих для сравниваемых лексем-репрезентантов концепта: 1) возможность поступать, как хочешь; 2) отсутствие ограничений; 3) нахождение не в заключении, рабстве». Автор полагает, что в современном понимании свобода ассоциируется с возможностью делать, что хочешь, в определенных рамках (налагаемых обществом), а воля отождествляется с неограниченной свободой действий в неограниченном широком пространстве, что является основным различием двух лексем (Солохина 2004: 60).

Что касается семантических различий между “freedom” и “liberty”, А. С. Солохина отмечает, что, в отличие от “freedom”, имя “liberty” апеллирует к различным устойчивым сочетаниям (to take the liberty of) и названиям прецедентных явлений (Statue of Liberty; Liberty Bell) национальной когнитивной базы, что свидетельствует об «историчности» данного понятия. “Freedom” же, в отличие от “liberty”, передает все своеобразие смыслов концепта (Солохина 2004: 158).

Многие феномены и концепты одной лингвокультуры могут не иметь соответствий в других языках и даже тогда, когда они переводятся путем описания, как, например, английский концепт “moor” (моховое болото, местность, покрытая вереском), теряют свой национальный колорит. Л.А. Гунина среди слов-реалий, отражающих особенности природно-географической среды Великобритании и выражающих ее национальное своеобразие, выделяет такие лова как heath (пустошь, поросшая вереском), dale (долина, дол), fen country (фены, болотистая местность на востоке Англии), loch (шотл. lake), white cliffs ( меловые утесы) и др. (Гунина 2009: 171). Иногда подобные слова воспринимаются с целым рядом стереотипных ассоциаций, закрепленных в фоновых знаниях носителей лингвокультуры и становятся названиями-символами страны, словами, выражающими национальную идентичность.

О той важной роли, которая занимает природа в менталитете британцев, может свидетельствовать, например, следующий абзац из предвыборного манифеста консервативной партии 2015 г., в котором природа прямо связывается с их национальной идентичностью: “For Conservatives, Britain’s ‘green and pleasant land’ is not some relic from a bygone era, to be mourned and missed: it’s the living, breathing backdrop to our national life. Our moors and meadows, wildlife and nature, air and water are a crucial part of our national identity and make our country what it is. So we care about them deeply, want to protect them for everyone and pass them onto future generations” (The Conservative Party Manifesto 2015: 54)<sup>31</sup>.

По мнению В.И. Карасика, важнейшей характеристикой дискурса как феномена культуры являются его ценностные признаки. В коллективном сознании языковых личностей существует неписанный кодекс поведения, в котором при помощи специальных приемов изучения могут быть выделены ценностные доминанты соответствующей культуры как в этическом и утилитарном, так и в эстетическом планах (Карасик 2002: 189).

В.И.Карасик отмечает следующие ценностные соотношения



между английской и русской культурами применительно к определенным культурным концептам. В английской культуре успех зависит прежде всего от усилий человека. Главное в работе – результат. Герой должен вести себя благородно. Человек удивляется чуду. Следует вести себя умно. Глупец достоин осмеяния. Шалость заслуживает наказания. Тот, кто преследует мнимые цели, выставя себя напоказ, достоин осуждения. В русской культуре успех зависит прежде всего от способностей человека и везения. Главное в работе – желание трудиться. Герой должен идти на самопожертвование. Человек испытывает восторг перед чудом. Следует вести себя красиво. Глупец достоин сожаления. Шалость заслуживает порицания. Тот, кто преследует мнимые цели, достоин сожаления (Карасик 2004: 172).

Как отмечает Л.А.Гунина, при сопоставлении английской и русской концептосфер обращает на себя внимание то, что русские концепты, относящиеся к духовной и эмоциональной стороне жизни, часто не имеют английских аналогов. В то же время английские концепты, не переводимые на русский язык, в большинстве своем отражают индивидуалистский и рационалистический характер английской культуры. Одной из ведущих характеристик англичан является индивидуализм, который при сравнительном анализе с русской культурой противопоставляется коллективизму или соборности (Гунина 2009: 173).

Русское слово «душа» гораздо более распространено, чем английское *soul*, и играет огромную роль в духовной жизни русского народа. В русском языке слова душа, дух, духовный одного корня, в английском – это совершенно разные слова: *soul*, *spirit*, *spiritual*. Для русского народа, у которого в национальной системе ценностей на первом месте стоит духовность, душа – главное, стержневое понятие, превалирующее над рассудком, умом, здравым смыслом. Англоязычный же мир, наоборот, поставил в основу своего существования здравый смысл (*common sense*). Здравый смысл часто считают одной из основных характеристик западной

ментальности в противоположность непрактичному и фантастическому мироощущению, свойственному людям, живущим на Востоке.

Огромное количество фразеологизмов со словом душа крайне редко имеет в английском переводе *soul* в качестве эквивалента. Так этноспецифический русский концепт «говорить по душам» переводится на английский язык как *a heart-to-heart talk*; душа моя! – *my dear*; жить душа в душу – *to live in (perfect) harmony*; быть душой чего-либо – *to be the life and soul of smth*; в глубине души – *in one's heart of hearts*; в душе (про себя) – *at heart*; в душе (по природе) – *by nature, innately*; до глубины души – *to the bottom of one's heart*; вкладывать душу – *to put one's heart into*; всей душой – *with all one's heart*; всеми силами души – *with all one's heart*; залезть в душу кому-либо – *to worm oneself into smb's confidence* (Гунина 2009: 174).

Как отмечал Н.А.Бердяев, западная душа гораздо более рационализована, упорядочена, организована разумом цивилизации, чем русская душа, в которой всегда остается иррациональный, неорганизованный и неупорядоченный элемент. Русские гораздо более склонны и более способны к общению, чем люди западной цивилизации (Бердяев 1990: 235–236).

Если в русской лингвокультуре базовым концептом является «душа», то в английской лингвокультуре это слово “*mind*” (ум, разум). В английском языке имеется большое количество словосочетаний и выражений со словом “*mind*”: *do you mind, make up one's mind, to mind one's business, out of sight, out of mind, never mind, etc.*

В основе английского менталитета лежит декартовская философское утверждение *Cogito, ergo sum* (лат. – «Мыслю, следовательно существую»), являющееся фундаментальным элементом западного рационализма. В соответствии с утверждением Декарта о том, что неоспорим лишь факт существования появившегося сомнения («Я сомневаюсь, значит мыслю»), английский менталитет характеризуется скептицизмом,

стремлением поставить все под сомнение, огородиться от внешнего мира (*My house is my castle*)<sup>32</sup>.

Исторические реалии оказывают непосредственное влияние на ценностные ориентации или измерения, характерные для той или иной культуры, а, следовательно, на поведение ее представителей. Так, первые колонисты, прибывшие Америку, с самого первого дня оказались в самых неблагоприятных природно-климатических условиях и для своего выживания вынуждены были вести постоянную борьбу с силами природы, что и объясняет их отличное от британцев отношение к природе. Рассматривая американскую культуру с точки зрения отношения к природе американцев, находящихся в постоянной и беспощадной борьбе с ней, Л. Самовар и его коллеги отмечают, что у американцев исторически сложилось убеждение, что природа может и должна быть покорена и подчинена человеку. Эта убежденность нашла свое выражение как в художественной литературе (например, рассказы Дж. Лондона, Э. Хемингуэя и др), так и в языке (*to harness the forces of nature; the people who tamed the Wild West; to tame the wilderness, to conquer the space, etc.*). Хотя в английском языке есть выражение “*mother nature*” (мать-природа), признающее за ней жизнотворящее начало, дилемма между экономической выгодой и не нанесением ущерба природе в американской действительности решается однозначно в пользу экономической выгоды (в качестве одного из примеров этого авторы отмечают активные разработки в области биоинженерии и клонирования как проявление стремления поставить под контроль силы природы).

С точки зрения отношения ко времени в англоязычном мире мы также встречаемся с двумя разными тенденциями. Великобритания из-за своей приверженности традициям, включая сохранение монархии, противится кардинальным изменениям и продолжает ценить достижения своего исторического прошлого. У американской культуры ярко выраженная ориентация на будущее. Для большинства американцев наиболее привлекательным кажется то, что еще должно произойти, ибо в прошлом не все было так, как

хотелось бы. Взгляд американцев на будущее делает их оптимистами. Это находит отражение и в их следующей поговорке: “If at first you don’t succeed, try, try again.” Подобный оптимистический взгляд на будущее отражает их веру в то, что они могут контролировать будущее. Эту веру ясно выразил бывший президент США Линдон Джонсон, когда он заявил, что вчерашний день не принадлежит американцам, ибо его нельзя возвратить, но завтрашний день им принадлежит, ибо его можно либо выиграть либо проиграть (“Yesterday is not ours to recover, but tomorrow is ours to win or to lose.”) (Samovar et. al. 2010: 213).

Для армян историческое прошлое является важной национальной ценностью. Армяне не только испытывают чувство национальной гордости за свое историческое прошлое, в том числе за вклад, внесенный армянским народом и отдельными его представителями в развитие мировой культуры и цивилизации, но и видят в нем источник сохранения своего национального самосознания и своей национальной идентичности.

Однако следует отметить, что ориентация на прошлое и уважительное отношение к прошлому – это две разные вещи. Можно гордиться своим прошлым, но быть ориентированным на настоящее и будущее. Для армян, как уже отмечалось, историческое прошлое, культурное и духовное наследие представляют большую ценность. Как отмечает А.Здравомыслов, историческая память армян, как и евреев – «народов, переживших реальный геноцид» (Здравомыслов 2001: 54), является одним из главных факторов сохранения армянского самосознания и национальной идентичности. О том, что армяне помнят свою историю свидетельствуют существующие в армянском языке идиомы с упоминанием исторических событий, например, հայկական հարց դարձնել – շատ ձգձգել (Բեդիրյան 2011: 746). Уважительно относясь к своему прошлому и помня как славные, так и трагические страницы своей истории, армяне, в то же время ориентированы на будущее, а не на прошлое, о чем свидетельствуют

такие армянские пословицы и поговорки как Անցկացածը ետ չի գա; Անցած օրը ետ չի դառնա, Անցած բանի քամակից (ետևից) չեն ընկնի, Անցածն անցած է, Հին դարմանը քամուն չեն տա; Անցկացած օրին մի ափսոսա (Армянские пословицы и поговорки 1973: 32-33).

Такое же отношение к прошлому мы находим и в русских пословицах и поговорках: «Прожитое, что пролитое – не воротишь»; «Прошлого не воротишь», «Что было – то сплыло», «Что было – то прошло». Поговорки и идиомы с тем же смыслом мы встречаем и в английском языке: “The mill cannot grind with the water that is past”: “One can not put back the clock”; “Let bygones be bygones”, “There's no point crying over spilt milk”.

Различное отношение ко времени в англосаксонской культуре по сравнению с русской и армянской отчетливо проявляется на языковом уровне. Выражение “Thank you for your time!” является типичной формой выражения благодарности у американцев в деловом общении. Как замечает Т.С. Самохина, английское слово *deadline* (крайний срок) «и по своему происхождению, и по своей семантике имеет прямо-таки устрашающую коннотацию: кто нарушит, тому не жить. В российской деловой культуре мы употребляем выражение «крайний срок», которое никакого летального исхода для нарушившего не влечет» (Самохина 2005: 34) (ср. арм. վերջնաժամկետ).

В британском английском вежливое выражение “Take your time”, означающее согласие на предоставление неограниченного количества времени собеседнику для выполнения какой-либо работы (Кембриджский онлайн словарь дает следующее толкование этого выражения: “said to mean you can spend as much time as you need in doing something”)<sup>33</sup>, обязательно употребляется с выполняющим дейкисическую функцию уточнения местоимением “you”, в то время как в русском и армянском языках возможно употребление данного выражения и без местоимения («можете распорядиться временем так, как вам будет угодно»; «Կարող եք

ժամանակը տնօրինել այնպես, ինչպես ուզում եք». Планирование времени time management, time budgeting является необходимым требованием, предъявляемым к сотруднику в деловой сфере. Соображать рекомендуется быстро, не теряя времени, о чем свидетельствует употребляемое как комплимент выражение “to think on one's feet”. А вот сотрудника, который жалеет свое время для работы и думает только о том, чтобы уйти с работы домой, называют clock-watcher. Комментируя пословицу “Time is money”, Т.С. Самохина отмечает, что пропущенное время для американцев – «это утраченные возможности, которые имеют четкий денежный эквивалент. Время – это то, за что платят, утраченное время – утраченные деньги» (Самохина 2005: 35). Следующие слова Бенджамина Франклина, сказанные в 1748 г., полностью подтверждают эту точку зрения: “Remember that Time is Money. He that can earn Ten Shillings a Day ...and ... sits idle one half of that Day ... has really ... thrown away Five Shillings” (Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 310; Flavell 2008: 243).

С точки зрения отношения к деятельности, именно деятельностный подход наилучшим образом характеризует американскую культуру в целом. Для американцев характерна энергичность и предприимчивость, они сплачиваются в группы для действия – будь то игра в баскетбол, танцы или прослушивание музыки. Их жизнь в постоянном движении, у них нет ни времени ни терпения для праздной беседы.

Деятельностная ориентация американской культуры влияет на многие другие ценности и представления, в том числе на отношение к работе, ко времени, к изменениям и прогрессу. Даже темп жизни каждого индивида – начиная от походки и кончая быстротой принятия решений – зависит от его отношения к деятельности. Как отмечает Г. Алтен, американцы ценят людей, которые могут принимать быстрые решения, говорят быстро, громко и отчетливо, высказывают то, что у них на уме и их раздражают люди, которые слишком задумчивы (Althen, 2003: 42.)

Именно более быстрый темп английской речи по сравнению

с армянской, сопровождающийся, как следствие быстроты речи, явлениями эллиптизации, редукции и компрессии, не характерными для армянского языка, является одной из главных причин трудностей, связанных с восприятием английской речи. Согласно проведенным исследованиям, средний темп английской речи намного превосходит средний темп армянской речи, и в чуть меньшей степени русской (темп английской речи составляет в среднем 150-180 слов в минуту<sup>34</sup>, средний темп речи русских составляет около 120 слов в минуту<sup>35</sup>. Показания по темпу армянской дикторской, подготовленной речи по сравнению с русской примерно одинаковые. Однако темп спонтанной, неподготовленной армянской речи уступает темпу русской речи<sup>36</sup>, что отчасти объясняется сравнительно большей длительностью армянских слов, особенно терминов, например, peace – мир – փառադրություն, loan – заем – փոխառություն, fraud – обман, мошенничество – խաբեբայություն, խարդախություն, truth – правда – ճշմարտություն, trip – поездка – կարծատն ճանապարհորդություն и т.д.

Говоря об американском учебном дискурсе американские исследователи отмечают, что в школе вознаграждается тот ученик, который сразу же отвечает по вопрос учителя, а тот, который раздумывая над своим ответом считается замкнутым и даже проблематичным. Иными словами американская система образования поощряет тех студентов и учеников, которые способны давать незамедлительные ответы, а не тех, для которых нужно время для принятия окончательного решения (Samovar, Porter et. al. 2010: 122-123).

В русской и армянской лингвокультурах больше ценится продуманный ответ, требующий определенного времени. Это находит выражение и в соответствующих пословицах и поговорках в русском и армянском языках (рус.: Семь раз примерь, один раз отрежь; слово не воробей, вылетит – не поймаешь; слово – серебро, молчание – золото; арм: տասը չափիր, մեկ կտրիր; խոսքը քանի

բերանդ է՝ քոնն է, բերանիցդ ելավ՝ քոնը չէ; խոսելն՝ արծաթ է, լռությունը՝ ոսկի): Это не означает, что подобных пословиц нет в английском языке (measure thrice and cut once; a word spoken is past recalling; speech is silver, silence is golden), но они в английском, а тем более в американском языковом сознании менее актуализированы, чем в русском или армянском.

Хотя исследованию американских ценностей посвящено не малое количество работ американских авторов, Л. Самовар и Р. Портер считают, что говорить об американских ценностях достаточно сложно, так как само американское общество с этнической и расовой точки зрения не однородно и в ряду американских культурных ценностей можно найти много исключений и противоречий. Однако, американские исследователи полагают, что в американском обществе имеются ценности, которые являются «общими для всех американцев независимо от их возраста, пола, расовой или этнической принадлежности». Вместе с тем, говоря об общих ценностях, американские исследователи имеют ввиду в первую очередь ценности, разделяемые представителями «доминирующей культуры», под которой они понимают ту часть населения, которая контролирует и управляет основными экономическими и социальными институтами и определяет поток и содержание информации. В США такой группой было и продолжает оставаться белое мужское население, имеющее европейские корни (Samovar, Porter et. al. 2010: 192).

По мнению американских исследователей одной из главной ценностной ориентацией американцев является индивидуализм, причем согласно оценкам индекса индивидуализма по Г. Хофстеде, США по этому показателю опережает все западноевропейские страны. Под индивидуализмом обычно понимается особая форма мировоззрения, подчеркивающая приоритет личностных целей и интересов в отличие от групповых, свободу индивида от общества. Базовыми признаками индивидуализма называют главенство личных целей и самостоятельность действий личности. Сами же



американцы, по утверждению Л. Самовара и Р. Портера, принцип индивидуализма зачастую называют свободой (freedom) (Samovar, Porter, McDaniel 2010: 193).

При этом свобода индивида в американской лингвокультуре понимается в духе философии Джона Локка, взгляды которого легли в основу идеологии и практики американской революции. Согласно взглядам Джона Локка, под свободой понималось не обособление человека от общества, сколько необходимость ограничить давление на отдельного человека со стороны других людей посредством заключения социального контракта по созданию гражданского общества, в котором функциями защиты свободных индивидов наделялось государство. Согласно Дж.Локку, гражданское общество образуется путем общественного договора (Локк 1998: 319-320). Индивиды вступают в сообщество для того, чтобы «удобно, благополучно и мирно совместно жить, благополучно пользуясь своей собственностью и находиться в большей безопасности, чем кто-либо, не являющийся членом общества» (Там же: 317). Индивиды переходят из естественного состояния в гражданское, чтобы составить один народ, одно политическое тело под властью одного верховного правителя (Там же: 312). Когда индивиды так объединены в одно общество, что каждый из них отказывается от своей власти, присущей ему по законам природы, и делегирует ее обществу, тогда, и только тогда существует политическое или гражданское общество» (Там же: 311). Соответственно, Дж. Локк выступает против монархической формы правления и теорий божественного происхождения королевской власти (Остроумов 2013: 33)

Дж.Локк отождествляет гражданское общество с государством, которое установлено единственно для обеспечения мира и сохранения и преумножения гражданских благ, под которыми Дж.Локк понимает «жизнь, свободу и имущество» (Локк 1998: 310, 334). В Декларации независимости США, написанной главным образом Т.Джефферсоном под воздействием идей Дж.Локка, так и сказано, что в обязанность государства вменяется

обеспечение неотъемлемых прав людей, наделенных им самим Творцом, а именно «права на жизнь, свободу и стремление к счастью» (“Life, Liberty and the Pursuit of Happiness”: здесь концепт «имущество» (“estate”) заменен более общим понятием «стремление к счастью»).

Такое же содержание концепт гражданского общества имеет и в Геттисбергском послании Авраама Линкольна, в котором подтверждаются основополагающие положения Декларации независимости относительно принципов свободы и равенства и выражается убежденность в том, что демократия как «власть народа волей народа и для народа не исчезнет с лица Земли» (“government of the people, by the people, for the people, shall not perish from the earth”).

Таким образом, хотя в основе американского индивидуализма лежит его позитивное понимание как самостоятельности и самоценности личности, сама идея общественного договора несет в себе определенное коллективистское начало. Неудивительно, что некоторые наблюдатели замечают в индивидуалистском американском обществе сильные групповые и коллективистские проявления, характерные скорее для коллективистских культур (любовь к созданию разнообразных обществ и организаций, организация работы и досуга посредством сплочения в малые и большие группы, которые, правда, после выполнения поставленной цели могут быстро распаться). Неудивительно, что одним из главных требований для успешного карьерного роста в США является умение работать в коллективе, «команде» (“team work”). На рабочем месте создаются соответствующие условия, где все у всех на виду, в том числе и руководитель, который зачастую сидит в одной комнате с подчиненными. В этой связи симптоматично, что англичане, которые по индексу индивидуализма Г. Хофстеде занимают более низкие позиции, чем американцы, при характеристике американского общества в качестве негативного аспекта отмечают именно отсутствие уединенности (privacy)<sup>37</sup>.

Хотя США считается страной, проповедующие ценности индивидуализма, если обратиться к американским паремиям, то можно найти целый ряд пословиц, подчеркивающих необходимость именно коллективных действий в противовес индивидуальным. В сборнике американских пословиц, опубликованном в США в 1994 г. (Collis 1994), даже выделена отдельная глава под названием “All Together Now” («Теперь все вместе»). Приводим некоторые из них с пояснениями, взятыми из указанного сборника:

“Birds of a Feather Flock Together” (people of the same type seem to gather together);

“It Takes Two to Tango” (when two people work as a team, they are both responsible for the team's successes and failures);

“In Unity There is Strength”, (a group of people with the same goals can accomplish more than individuals can);

“There's No Place like Home” (a person is happiest with his or her family and friends)

“Two Heads Are Better Than One” (two people working together can solve a problem quicker and better than a person working alone).

В корпусе американских пословиц имеются и пословицы с прямо противоположным смыслом, с отрицательной оценкой коллективизма, но их не так уж много, например: Too Many Cooks Spoil the Broth (too many people trying to take care of something can ruin it); Misery Loves Company (unhappy people often get satisfaction from having others share their misery); One Swallow Does Not a Summer Make; One man, no man (ср.рус. «Один в поле не воин»; арм.: Մեկը ոչինչ է; Մեկը մեկով, երկուսն Աստուծով; Մեկ ծաղկով գարուն չի գա).

Симптоматично, что в русском языке существует выражение «И один в поле воин» в качестве полемического варианта пословицы «Один в поле не воин». Иносказательно данное выражение, иногда шутливо, используется как поощрение чьих-либо личных усилий.

Э.Хирш задается вопросом, как быть, если в языке имеются прямо противоположные по смыслу пословицы? По его мнению

функционирование пословицы в дискурсе зависит от прагматического контекста, ситуации, к которой может подойти данная пословица. Например, пословица “Many hands make light work” может быть приемлемой в ситуации, требующей массовых усилий для решения задачи, и не соответствовать ситуации, когда требуется самостоятельная работа или особые, сложные навыки для ее выполнения (Hirsch, 2002: 47).

Хотя американская культура не лишена многих характеристик, присущих скорее коллективистским культурам, американские исследователи считают, что принцип индивидуализма настолько важен в американском обществе, что многие ценности проистекают именно из него, в том числе такие как равенство возможностей, независимость, инициативность, уверенность в себе. Указанные ценности являлись важнейшими американскими ценностями на протяжении всей истории страны.

Хотя проявления индивидуализма могут наблюдаться в разных культурах, Л. Самовар и Р. Портер считают, что индивидуализм является «краеугольным камнем» именно американской культуры (Samovar, Porter, 2010: 194). Согласно Л. Самовару и Р. Портеру, среди американцев понятие Я (the self) настолько сильно, что тот, кто не проявляет свою индивидуальность находится в диссонансе с общественными нормами. Личные достижения, самостоятельность и независимость являются самыми востребованными и восхваляемыми добродетелями.

Индивид должен быть уверен в своих силах и полагаться только на себя, зависимость от кого-либо другого означает проявление слабости или потерю личной свободы. Как результат всего этого большинство американцев полагает, что все люди имеют свою личную идентичность, которую следует ценить и укреплять (Ibidem).

Как отмечает Е. Ким, в Америке принимают в расчет то, кто ты есть, а не то, кто окружает тебя, то есть человека судят по его собственным заслугам (Kim 2001: 44). Пословица «Скажи мне, кто твой друг, и я скажу тебе, кто ты» – в Америке видимо не слишком

актуальна, хотя в английском языке имеется равноценная пословица: “A man is known by the company he keeps”, кстати, также помещенная в упомянутый сборник американских пословиц (ср. арм.: Մարդուն ընկերովը կճանաչեն: Ասա՛ ընկերդ ով է, ասեմ՛ ով ես դու).

Другой важной ценностью для американцев является принцип равенства, тесно связанный с индивидуализмом (свободой). В преамбуле Декларации независимости прямо говорится, что «все люди созданы равными» (“all men are created equal”). Этот принцип получил развитие в американской конституции, где указывается, что Соединенными Штатами «не будут присуждаться титулы аристократии». Отцы основатели, добившись независимости от Англии, были полны желания добиться того, чтобы социально-классовая система Англии с ее земельной, наследственной аристократией, не получила развитие в США. Именно возможность саморазвития, в том числе улучшения социального положения, была побуждающим мотивом и стимулом для многих эмигрантов, чтобы покинуть Европу с ее основанной на классовом неравенстве социальной системой.

Смысл положения Декларации независимости о том, что «все люди созданы равными» президент Авраам Линкольн пояснял следующим образом: «Мы хотим дать самому простому человеку равный шанс наряду с другими стать богатым». Соответственно, принцип равенства в современном американском обществе принято называть принципом «равных возможностей».

Ответственность за предоставление гражданам равных возможностей добиться успеха в жизни несет государство, которое должно обеспечивать выполнение этого принципа посредством принятия соответствующих законов и создания возможностей для получения образования.

Американский принцип равных возможностей проявляется в виде равенства и неформальности в социальных отношениях. Например, в американских семьях отношения между членами семьи

строятся на основе равенства, а не на иерархической основе. В американских семьях не принято соблюдать формальности, а родители зачастую относятся к детям как к взрослым. На рабочем месте и вне него сослуживцы не подчеркивают разницу в социальном статусе и общаются друг с другом как равный с равным, называя друг друга по имени.

Конечно, это не означает, что американцы совершенно игнорируют понятие социального статуса. Наоборот, они, как отмечает Г.Алтен, стремятся использовать более утонченные способы подчеркивания своего статуса или статуса собеседника, в частности, тон голоса, очередность говорения, выбор слов и т.д. (Althen 2003: 48).

Говоря об индивидуализме, свободе и равенстве прав американские авторы, конечно, признают, что американская история изобилует примерами дискриминации по самым разным признакам – начиная от расовых и этнических и кончая гендерными, социальными и даже религиозными, но, тем не менее, они высоко ценили эти принципы и стремились к их реализации (Samovar, Porter et. al. 2010: 122-123).

Материальные приобретения всегда были составляющей частью жизни американцев. Причем, материальное благополучие, включающее высокую зарплату, наличие большого дома, удобных средств передвижения, разнообразной одежды на все случаи жизни и т.д. американцы всегда рассматривали в качестве должного вознаграждения за их упорный труд (*hard work*), ценность которого продолжает оставаться актуальной в американском сознании (Althen, 2003: 48; Samovar, Porter et. al. 2010: 195). При этом они считают, что отсутствие материального достатка не дает возможности для осуществления права выбора – *Beggars Can't Be Choosers* (when a person has nothing, he or she must accept whatever help is offered).

Для большинства американцев одной из важнейших ценностей являются наука и технологии или так называемая ценность «ноу-хау» (*the value of know-how*), которая по

утверждению Л. Самовара и Р. Портера «часто приобретает свойства, обычно ассоциирующиеся с богом» (Samovar, Porter et. al. 2010: 195).

Американцы считают, что от научных и технических знаний зависит само их выживание (Samovar, Porter et. al. 2010: 195). Упор на научные знания является следствием рационалистического и индивидуалистического мышления, свойственного западной культуре, представители которой уверены, что с помощью науки можно найти ответы на любые вопросы. Упор на рационализм и науку помогает объяснить культурную традицию американцев (особенно среди мужчин) не придавать особой ценности эмоциям и интуиции в качестве источника знаний. При этом американцы стремятся получать новые знания на протяжении всей своей жизни, независимо от возраста – *You're Never Too Old to Learn (a person can learn at any age)*.

Понятия прогресса, изменений и новизны во всех сферах жизни высоко ценятся в американском обществе – *Variety Is the Spice of Life (differences and changes make life enjoyable)*. Согласно Л. Самовару и Р. Портеру, в США начиная со времен борьбы за независимость и создания самостоятельного американского государства сформировался «культ прогресса». По признанию тех же авторов, страны с более старой культурой, которые стали свидетелями взлета и падения их цивилизаций и которые верят в фатальную судьбу, с трудом идут на изменения, прогресс и вызовы судьбы и испытывают трудности в понимании «американского пренебрежительного отношения к истории и традициям» (Samovar, Porter et. al. 2010: 195). Согласно Г.Алтену, фундаментальная американская вера в прогресс и лучшее будущее резко контрастирует с теми культурами, которые считают, что будущее находится в руках судьбы и проявляют почтительное отношение к своему прошлому (Althen, 2003: 57). Выражения типа «Как бог даст», «Что бог пошлет», «Человек предполагает, а бог располагает» не свойственны американской лингвокультуре. Более характерной для последней является пословица *"God help those who help*

themselves”. Данная пословица отказывает в божьей помощи тем, кто не помогает себе. В соответствующих русских и армянских пословицах эта мысль выражена не столь однозначно (ср. рус.: На бога надейся, а сам не плошай; Бог-то бог, да и сам не будь плох; арм.: Աստծուց խնորհիր, բայց բաւիր ձեռքիցդ մի՛ •ցի; Դու քեզ օգնիր, Աստված էլ քեզ կօգնի).

Важной американской ценностью является дух соревновательности и конкуренции. В детях с детских лет воспитывается дух победителя. Известная фраза «Главное – не победа, а участие», явно не для американцев. Для американцев вся жизнь – игра, которую необходимо выиграть (Kim 2001: 40). Даже незначительный проигрыш равнозначен крупному поражению, что отчетливо выражено в следующей американской пословице: ”A Miss Is As Good As a Mile” (losing by a narrow margin is no different than losing by a wide margin).

Дух соревнования проявляется во всем, в том числе и в политике, постоянно публикуются всевозможные рейтинги, списки лучших политических деятелей, предприятий, университетов, учеников, школ и т.д. Поощряется инициативность и предприимчивость на работе, амбициозность, лидерство и карьеризм считаются положительными чертами, что не всегда является приемлимым в других культурах (Samovar, Porter et. al. 2010: 197).

В Стратегии национальной безопасности США 2015 г. (National Security Strategy) слово lead и производные от него – leader, leadership, leading (лидер, лидерство, лидирующий) были упомянуты 95 раз. Причем, в своем предисловии к этому документу Б.Обама подчеркивает, что хотя американское общество разнородно, его единство обеспечивается национальным консенсусом вокруг идеи о том, что глобальное лидерство Америки в мире должно оставаться незыблемым: “As Americans, we will always have our differences, but what unites us is the national consensus that American global leadership remains indispensable. We embrace our exceptional role and responsibilities at a time when our unique contributions and capabilities



are needed most, and when the choices we make today can mean greater security and prosperity for our Nation for decades to come”<sup>38</sup>.

В то же время следует отметить, что несмотря на направленность американского мышления на достижение успеха или победы, в том числе и для подтверждения своей «исключительности», радикальные лозунги типа «Победа любой ценой», «Свобода или смерть» не свойственны для американского мышления. Рационализм мышления проявляется, например, в таких американских пословицах как *If You Can't Beat Them, Join Them* (if you can't defeat your opponents, join forces with them); *Don't Put All Your Eggs in One Basket* (don't risk losing everything at once); *The Pen Is Mightier Than the Sword* (the written word is more powerful than physical force), *Better Safe Than Sorry* (it is better to choose a safe course of action than a risky one that could lead to regrets), *A Bird in the Hand Is Worth Two in the Bush* (something you already have is better than something you might get) ср. рус. Лучше синица в руках, чем журавль в небе, арм.: Լավ է այսորվա հավը, քան վաղվա սագը; Եղի դինի, քիչ լինի; *Better a Live Coward Than a Dead Hero*, ср. арм.: Գիտակից մահը՝ անմահություն է.; Ընկերովի մահը հարսանիք է.

Но это не означает, что без приложения усилий можно чего-то добиться, о чем свидетельствуют такие пословицы как: *No Pain, No Gain* (nothing can be accomplished without effort); *Nothing Ventured, Nothing Gained* (you can't achieve anything if you don't try); *Money Does Not Grow on Trees* (money is not easily obtained). При этом, американцы не прямолинейны, ибо знают, что есть разные способы добиться одной и той же цели – *There is more than one way to skin a cat* (there are many ways to achieve a goal), и не страдают максимализмом – *Rome Wasn't Built in a Day* (important things do not happen overnight) (Collis 1994 а).

Превалирование индивидуализма или коллективизма в культуре находит свое отражение в языке. В индивидуалистических культурах, как, например в североамериканской, слово

индивидуализм имеет положительные коннотации и непосредственно связан с концептом свободы, в то время как в коллективистских культурах, как, например, в русской, слово индивидуализм и его производные (индивидуалист) имеют негативную коннотацию (ср. арм.: անհատաշարժողութիւն – անհատաշարժ): Понятия самодостаточности, уверенности в своих силах воспитываются в детях с ранних лет. Как отмечают Л.Самовар и Р.Портер, в США детям постоянно говорится о необходимости быть независимыми и уверенными в себе и они постоянно слышат фразы типа “stand on your own two feet” and “don’t depend on others”. Американцев учат принимать самостоятельные решения, свободно высказывать свое мнение, даже если оно отличается от других.

Как отмечает Г.Алтен, для американцев важно говорить громко и отчётливо и высказывать то, что у них на уме. Им нравятся люди с богатым словарным запасом, способные выразиться ясно и разумно (Althen 2003: 42).

Известно, что США имеет невысокий индекс дистанции власти и иерархические взаимоотношения работников выстраиваются не по вертикали, а скорее по горизонтали. Работники считают себя более или менее равными и обращаются друг к другу по имени (за исключением высокопоставленных чиновников, религиозных деятелей, врачей). В английском языке используются одинаковые формы местоимения you в ед. и мн. числе, что отражает низкую степень дистанции власти (low power distance) и неформальность отношений. В русском и армянском языках используются разные местоимения – ты (арм.: դու), вы (арм.: դուք).

Таким образом, различия в национальных менталитетах, концептуальных и ценностных картинах мира не только обуславливают различия в восприятии действительности, но и во многом определяют свойственные конкретным лингвокультурам и их отдельным представителям модели поведения, в том числе речевого. В этой связи изучение менталитетов разных народов, концептуальных и ценностных картинах мира приобретает

первостепенное значение с точки зрения необходимости повышения эффективности межкультурного общения, предотвращения неудач в процессе коммуникации.

### **3. Концептуально-ценностный аспект англоязычного политического дискурса**

К базовым концептам политического дискурса относятся концепты «власть» и «политик». Концепт «власть», как указывает Е.И. Шейгал, не имеет существенных различий в обыденном и научном сознании и понимается как способность, право и возможность к принуждению. Словарь Вебстера выделяет следующие главные значения слова power: 1. the ability or right to control people or things; 2. political control of a country or area; 3. a person or organization that has a lot of control and influence over other people or organizations<sup>39</sup>. Как видим, ключевым словом во всех этих определениях является слово “control”, т.е. выделяется контролирующая функция власти, а также способность и право его осуществления. В английских словарях в качестве первых значений слова “power” отмечается способность что-то делать или действовать, физическая или умственная сила, власть в лице правительства и его влияния: 1. the ability to do or act; 2. a particular faculty of body and mind; 3. government, influence, or authority (The Concise Oxford Dictionary 1998: 1071). В англо-русских и англо-армянских переводных словарях отмечаются такие значения как «сила», «могущество», «власть»; арм.: «ուժ», «կարողություն», «հզորություն».

Метафорика власти без особых межкультурных различий выражается в таких ассоциациях, как отчуждаемая принадлежность (take power, seize power – захватить власть; арм.: իշխանությունը զավթել; wield power – обладать властью; իշխանություն ունենալ), открытое пространство значительной протяженности (ascend to power, rise to power – восхождение к власти; ср. арм.: իշխանությամբ

գլուխ անցնել), место для избранных и власть имущих (corridors of power – коридоры власти; арм.: իշխանության միջանցքները), механизм (levers of power – рычаги власти; арм.: իշխանության լծակներ), живое существо (power paralysis – паралич власти; арм.: իշխանության կաթված), персонализация (капризы власти, ср. англ. the whim of the executive / government; арм.: իշխանության քմահաճույքով), объект вождения (домогаться власти, ср.англ. lust for power – жажда власти; арм.: իշխանության տենչ).

Согласно Английскому ассоциативному словарю в концепте власть (power) ядерный статус имеют компоненты «игра» (0.12%) и «сила» (0.6%)<sup>40</sup>. Согласно Русскому ассоциативному словарю ядерный статус имеют компоненты «деньги» (3%) и «сила» (3%) (если не считать все еще достаточно большой процент ассоциаций с отошедшими в историческое прошлое лозунгами «власть Советов» (18%), «власть Советам» (9%) и «власть народу» (3%))<sup>41</sup>.

В английском языковом сознании отношение к власти сравнительно нейтральное, среди отрицательных характеристик можно выделить такие номинативные единицы как lust, anarchy, corruption, crazy, distasteful, evil, failure, hate, mad, mania. Однако их частотность весьма низка – 0.01% (lust – 0.02%). Положительные оценки представлены такими словами как glory, great, justice, love, work. В русском языковом сознании больше отрицательных оценок власти (жестокость, тьмы, беспощадная, имущих, плохая, подлая, проданная и т.д.) и небольшой процент положительных (великая, демократическая, могучая)<sup>42</sup>.

Отношение к власти можно проследить и по паремиологическому фонду языков. В английском языке концепт “power” (власть) выражен следующими пословицами: “Divide and rule”, “Kings have long arms”, “Knowledge is power”, “Might is right”, “Money is power”, “Money talks”, “Power corrupts”, “The voice of the people is the voice of God” (Oxford Dictionary of Proverbs 2004: 368). К

концепту власть можно отнести и пословицу “Nearest the church, furthest from God”, в которой выражается мысль о том, что зачастую те, которые наделены властью и возможностью без особого труда что-то сделать, не утруждают себя тем, чтобы это сделать (Wilkinson 2008: 124).

В армянском языке концепт «власть» («իշխանություն») представлен такими пословицами как Յոթ դարվիշ մեկ կարպետի տակ սթար (аպաստան) են, յոթ թագավոր, վեր յոթ աշխարի չեն սթրվե (аպաստանել); Մենծավորը որ կարմունջ ըլնի, վրիցը մի՛ անցկենալ; Պեյլիկին (թագավորական) թասեն ջուր մի խմեր; Տանուտերի հետ հաշվի նստողը պարտքով դուրս կգա; Գեղի ջոճը որ կամենա՝ կաղ, կոր կը խարսնանա (Ղանալանյան 1960: 254). В целом, как в английском, так и в русском и армянском языках отношение к власти скорее отрицательное, чем положительное: “Might goes before right”; рус.: Кто сильнее, тот и прав. Право на стороне сильного; арм.: Իրավունքը միշտ ուժեղինն է; Օրենքն հարստի համար ա գրած, պատիժն՝ աղքատի (Նազարյան 1999: 173; Ղանալանյան 1960: 255). В то же время в русском паремиологическом фонде проводится мысль о том, что «всякая власть от Бога» и что «Бог дает власть кому похочет» (Даль); ср. англ.: “The voice of the people is the voice of God”; арм.: Վերն աստված, վարը թագավորը; Վերն իրիշկեմ աստվածն ի, ցածը՝ ամիրեն (Ղանալանյան 1960: 255).

Представления о сакральности и божественности власти во многом проистекают из христианского представления о ней, что нашло свое наиболее полное отражение в Молитве Господня. Значение слова “Power”, использованного в английском тексте молитвы, передается в русском и армянском языках словом «сила» (арм.: «զորութիւն»).

В целом сфера политика вызывает у людей больше отрицательных оценок и ассоциаций, чем положительных. По

данным Английского ассоциативного словаря концепт “politician” (политик) ассоциируются, если не считать имен конкретных политических деятелей, в первую очередь со словом “liar” («лгун»). Концепт “politics”, будучи в английском языковом сознании в первую очередь связанным со словом “government” (правительство), также вызывает отрицательные оценки (rubbish, crap, mess, war, bore, cheat, deceit, etc.)<sup>43</sup>. Отрицательное отношение к политике характерно и для русского языкового сознания. По данным Русского ассоциативного словаря наиболее частотной к слову «политика» является ассоциация «грязная»<sup>44</sup>.

Как отмечает Е.И. Шейгал, власть в дискурсе непосредственно связана с понятием коммуникативного лидерства, что предполагает наличие у политического лидера высокой энциклопедической, лингвистической и интерактивной компетенции. Энциклопедическая компетенция политика проявляется в глубоком знании и понимании текущей политической ситуации, предшествующих процессов и исторического фона, а также в способности дать адекватное вербальное описание данной предметной области. Кроме того, понятие энциклопедической компетенции политика подразумевает и высокий общекультурный уровень, который в речи проявляется в апелляциях к прецедентным текстам данной культуры. Лингвистическая компетенция политика заключается в использовании престижной формы языка (т.е. в полном владении литературной нормой), во владении паремиологическим фондом и образными средствами языка и умении их адекватно использовать. Интерактивная компетенция политика состоит в соблюдении постулатов общения (с учетом их специфики в политическом дискурсе), а также во владении приемами фасцинации, которые позволяют установить оптимальный контакт с аудиторией (Шейгал 2000: 112 ). По сути, речь идет об умении политика пользоваться классическими категориями риторики – этосом, логосом и пафосом, являющимися главными методами убеждения, от чего во многом и зависит эффективность коммуникации.

Как отмечает В.И. Карасик, ценности политического дискурса сводятся к обоснованию и отстаиванию своего права на власть: *Руководить страной или общественным движением должен сильный, волевой, решительный человек. Руководитель должен быть компетентен. Лидер должен понимать интересы людей и действовать от их имени. Руководитель должен защищать страну или представляемую им группу в ситуации возможных конфликтов. Действия руководителя должны основываться на принципах морали.* По мнению автора, несомненная специфика данного типа институционального общения заключается в том, что ценности политического дискурса постоянно акцентируются в речах политиков. Поскольку политический дискурс в значительной мере выражает ту или иную идеологию, то ценности определенной идеологии являются определяющими для имиджа политика (Карасик 2002: 238).

Анализ речей лидеров главных политических партий Великобритании – консервативной и лейбористской показывает, что они действительно акцентируют те ценности, которых придерживается данная партия, однако эти ценности они представляют в качестве общенациональных и обвиняют противоположную сторону, как это делал Д. Кэмерон на общепартийной конференции консервативной партии 2015 г., в том, что она, в данном случае, лейбористская партия, не разделяет эти ценности: “In all the challenges we face, we will be guided by our Conservative values. Our belief in strong defence and sound money. Our belief in an enterprise economy...that if you set free the ambition that burns so deeply within the British people, they will strike out on their own, take on new workers, take on the world. Our belief in equality of opportunity, as opposed to equality of outcome...not everyone ending up with the same exam results, the same salary, the same house – but everyone having the same shot at them.

Now some people may argue these things are obvious. I have to tell you, they're not. It becomes clearer by the day that the Labour Party has completely abandoned any notion of these ideas. So let us resolve

here, at this conference, to do what we've always done: to prove our Conservative truths...to save Britain from the danger of Labour...and to rebuild Britain so it is greater still. A Greater Britain – that is our goal”<sup>45</sup>.

Ту же тактику применил лидер лейбористской партии Дж. Корбин выступая на съезде лейбористской партии 2015 г. Упомянув ценности лейбористской партии, он представил их в качестве ценностей всей страны. Призвав вернуть в политику указанные ценности, он, в частности, сказал: “As I travelled the country during the leadership campaign it was wonderful to see the diversity of all the people in our country. And that is now being reflected in our membership with more black, Asian and ethnic minority members joining our party. Even more inspiring is the unity and unanimity of their values. A belief in coming together to achieve more than we can on our own. Fair play for all. Solidarity and not walking by on the other side of the street when people are in trouble. Respect for other people’s point of view. It is this sense of fair play, these shared majority British values that are the fundamental reason why I love this country and its people. These values are what I was elected on: a kinder politics and a more caring society. They are Labour values and our country’s values. We’re going to put these values back into politics. I want to rid Britain of injustice, to make it fairer, more decent, more equal. And I want all our citizens to benefit from prosperity and success”<sup>46</sup>.

Как видим, лидеры партий упоминают разные ценности, но утверждают, что они являются общими для всей страны. С целью привлечения голосов из стана электората противоположной партии лидеры партий нередко упоминают в своей риторике ценности и дают обещания по тем вопросам, которые логичнее было слышать из уст их оппонентов. Например, консерваторы зачастую представляют себя защитниками рабочего класса, а лейбористы не прочь позиционировать себя в качестве защитников интересов средних слоев. Так, в вышеупомянутой речи на общепартийной конференции консервативной партии 2015 г. Д. Кэмерон упомянул слово равенство (equality) 6 раз, а Дж. Корбин, выступая на съезде лейбористской партии 2015 г., – 1 раз, и то при выражении



благодарности Гарриет Гарман за исполнение ею обязанностей лидера лейбористов и, как он выразился, за ее «преданность вопросам равенства и прав женщин» (1 раз Дж. Корбин в более широком контексте произнес также слово inequality – неравенство).

На этом фоне Д. Кэмерон мог спокойно позиционировать свою партию в качестве борца против дискриминации и за действительное равенство в британском обществе: “The point is this: you can’t have true opportunity without real equality. And I want our party to get this right. Yes us, the party of the fair chance; the party of the equal shot...the party that doesn’t care where you come from, but only where you’re going...us, the Conservatives, I want us to end discrimination and finish the fight for real equality in our country today”<sup>47</sup>.

15 июня 2014 г. Д. Кэмерон опубликовал статью в газете “Daily Mail”, в которой указывал, что все граждане Британии должны придерживаться таких британских ценностей как равенство и законность. Причем, по его мнению, ослабшая британская идентичность способствует усилению в стране экстремистских настроений, особенно среди иммигрантов: “A failure to promote “British values” in a muscular way is allowing extremism to grow in the UK”<sup>48</sup>. Эту же мысль он высказывал еще в феврале 2011 г., когда выступая на конференции по безопасности в Мюнхене он заявил, что «политика государственного мультикультурализма провалилась»: “In the UK, some young men find it hard to identify with the traditional Islam practised at home by their parents whose customs can seem staid when transplanted to modern Western countries. But they also find it hard to identify with Britain too, because we have allowed the weakening of our collective identity. Under the doctrine of state multiculturalism, we have encouraged different cultures to live separate lives, apart from each other and the mainstream. We have failed to provide a vision of society to which they feel they want to belong. We have even tolerated these segregated communities behaving in ways that run counter to our values. So when a white person holds objectionable views – racism, for example – we rightly condemn them. But when

equally unacceptable views or practices have come from someone who isn't white, we've been too cautious, frankly even fearful, to stand up to them. And the search for something to belong to and believe in can lead them to this extremist ideology”<sup>49</sup>.

По мнению Д. Кэмерона, не только живущие в Британии иммигранты, но и сами британцы должны придерживаться британских ценностей. В то же время, по его словам, они должны гордиться тем вкладом, который внесла Британия в дело развития демократии, свободы слова и законности во всем мире. В вышеуказанной статье в “Daily Mail” он, в частности, писал: “We need to be far more muscular in promoting British values and the institutions that uphold them... I’m clear about what these values are – and I’m equally clear that they should be promoted in every school and to every child in our country. The values I’m talking about – a belief in freedom, tolerance of others, accepting personal and social responsibility, respecting and upholding the rule of law – are the things we should try to live by every day. To me they’re as British as the Union flag, as football, as fish and chips”.

Как заметил сам Д. Кэмерон, указанные ценности разделяются людьми и в других странах мира, но то, что делает их специфически британскими – это то, что они закреплены всем ходом британской истории, традициями и соответствующими институтами власти: “Of course, people will say that these values are vital to other people in other countries. And, of course, they’re right. But what sets Britain apart are the traditions and history that anchors them and allows them to continue to flourish and develop. Our freedom doesn’t come from thin air. It is rooted in our parliamentary democracy and free press. Our sense of responsibility and the rule of law is attached to our courts and independent judiciary. Our belief in tolerance was won through struggle and is linked to the various churches and faith groups that have come to call Britain home. These are the institutions that help to enforce our values, keep them in check and make sure they apply to everyone equally. And taken together, I believe this combination – our values and our respect for the history that helped deliver them and the

institutions that uphold them – forms the bedrock of Britishness. Without it, we wouldn't be able to walk down the street freely, to say what we think, to be who we are, or do what we want”.

Он добавил, что учащиеся во всех британских школах и из любых слоев общества должны изучать основополагающие исторические документы и, в частности, Великую хартию вольностей (Magna Carta) 1215 г., которая проложила путь к законности и парламентской демократии в стране.

Важная роль в укреплении британской идентичности в статье Д. Кэмерона отводится английскому языку, без знания которого трудно приобщиться к британской культуре и британским ценностям: “We are making sure new immigrants can speak English, because it will be more difficult for them to understand these values, and the history of our institutions, if they can't speak our language”.

В своей речи в Бирмингеме 20 июля 2015 г., говоря о необходимости интеграции иммигрантов в британское общество, Д. Кэмерон еще раз коснулся вопроса о британских традициях и их роли в строительстве общего британского дома: “We are all British. We respect democracy and the rule of law. We believe in freedom of speech, freedom of the press, freedom of worship, equal rights regardless of race, sex, sexuality or faith. We believe in respecting different faiths but also expecting those faiths to support the British way of life. These are British values. And are underpinned by distinct British institutions. Our freedom comes from our Parliamentary democracy. The rule of law exists because of our independent judiciary. This is the home that we are building together”<sup>50</sup>.

Тема единства британского общества является постоянной в речах руководителей страны. Например, бывший премьер-министр страны Тони Блэр в своей речи от 28 марта 2000 г., посвященной британской идентичности, 5 раз произнес словосочетание “stronger together”. Касаясь британской идентичности он отметил, что она поддерживается британскими ценностями, среди которых он выделил такие ценности как fair play, creativity, tolerance, an outward-looking approach to the world, openness and adaptability, work and self-

improvement, strong communities and families. Разница подхода Тони Блэра по сравнению с позицией консерваторов, которых он назвал «партией никаких перемен» (“the Party of no change”), состояла в том, что он не связывал британские ценности с британскими институтами, считая, что от изменения и реформирования последних (например, в рамках процесса деволуции, реформирования Палаты лордов, усиливающейся евроинтеграции и др.) британская идентичность не менялась, а лишь укреплялась, находя новые формы самовыражения. Свою речь он начал именно с констатации этого положения: “My argument today is this. Britain is stronger together, than separated apart. True Britishness lies in our values not unchanging institutions. The Constitutional changes we have made and a new attitude of engagement with Europe are not a threat to British identity but on the contrary are the means of strengthening it for today’s world”.

Согласно Т. Блэру, в условиях глобализации и стирания национальных границ, когда на смену национальной обособленности и доминирующей роли национального государства, что было характерно для послевоенного периода, приходят новые идеологии личной свободы и возможностей для самовыражения личности, задача заключается не в возвращении в прошлое или поддержании статус-кво, а в понимании сущностных характеристик британской идентичности и ее развитии в соответствии с современными изменениями в мире<sup>51</sup>.

Говоря об основных американских концептах и ценностях, используемых в американском политическом дискурсе, следует отметить, что одним из важнейших является базовый миф об Американской мечте (the American dream), который, как отмечает В. Бесли (Beasley 2011), является одним из наиболее почитаемых мифов в США. Будучи продуктом «тесного единения» индивидуализма и капитализма, достижение Американской мечты является признаком силы и уверенности в своих силах (self-reliance), способности преодолевать трудности (Beasley 2011: 38).

Концепт Американская мечта является национальным этосом Соединенных Штатов и включает такие идеалы как демократия, права, свобода, возможности, равенство, которые предполагают возможность процветания, успеха и продвижения вверх по социальной лестнице для каждого гражданина страны, независимо от его социального, расового или этнического происхождения. Благодаря упорному труду каждый может добиться осуществления Американской мечты, ибо в американском обществе не возводятся искусственные барьеры и препятствия на пути к достижению указанной цели. Американская мечта жидется на принципах «Декларации независимости», провозгласившей, что «все люди созданы равными» и имеют неотъемлемые права «на жизнь, свободу и стремление к счастью». Упоминание Американской мечты и ее составляющих идеалов является обязательным для этоса речей американских президентов и других американских политических деятелей.

Миф об Американской мечте со временем эволюционировал и помимо сугубо личностных компонентов, как, например, приобретения собственного дома или продвижения по службе, стал включать и глобальные вопросы. Исторически миф об Американской мечте тесно связан с понятием Фронтир (Frontier) – западной границы территории, осваиваемой компактно проживающими группами жителей и вплоть до конца XIXв. постоянно продвигающейся на Запад. Фронтир сыграл важную роль в формировании американского национального характера, привив американцам такие качества, как индивидуализм, свободолобие, оптимизм, веру в собственные силы. Согласно теории Фронттира, сформулированной в 1893 г. Ф.Д. Тернером, история США и национальный характер американцев определялись наличием свободной земли и продвижением границы населенной полосы на Запад (Американа 1996: 348). Это обстоятельство несомненно отразилось на содержании мифа об Американской мечте, который по словам В. Бесли «бесспорно связан с американским

стремлением к завоеванию и экспансии» (“it is undeniably related to the American yearning for conquest and expansion”) (Beasley 2011: 38). В этой связи можно упомянуть работу профессора Гарвардского университета Дж. Миллера «Происхождение американской революции» (“Origins of the American Revolution”), в которой он приводит слова губернатора Вирджинии о том, что американцы считают территории за пределами их обитания лучше, чем те, на которых они живут и постоянно будут стремиться к овладению новыми, даже если будут жить в Паю: “...the Americans for ever imagine the Lands further off are still better than those upon which they are already settled. ... if they attained Paradise, they would move on if they heard of a better place farther west” (Miller 1959: 77). По мнению Дж. Миллера одной из причин Американской революции было именно решение Британского правительства от 1763 г., которое с целью сохранения природных ресурсов не допускало, чтобы американские колонисты занимали свободные территории за пределами западных границ американских колоний (Ibidem).

В этосе американских политиков метафоре «фронтир» отводится важная роль для обоснования необходимости социально-экономического и научно-технического прогресса американского общества. Так, 35-й президент США Джон Кеннеди (1961-1963) в своей речи по поводу принятия номинации на пост президента страны от демократической партии использовал слово “frontier” 13 раз, которое, наряду со словами “nation” и “man”, имело наибольшую частотность употребления. Сама речь президента, в которой он заявил, что Америка стоит на пороге новых рубежей (“we stand today on the edge of a New Frontier”), получила название “The New Frontier” («Новые рубежи»), а выражение «новые рубежи» хотя и вошло в обиход в качестве лозунга еще в 1930-е гг., когда вышла в свет книга «Новые рубежи» (1934) Г. Э. Уоллеса, министра сельского хозяйства в правительстве Франклина Делано Рузвельта, позднее стало ассоциироваться только с именем Дж. Кеннеди и его «программой новых рубежей».

Ниже приводим отрывок из вышеупомянутой речи Дж.

Кеннеди: “For I stand here tonight facing west on what was once the last frontier. From the lands that stretch three thousand miles behind us, the pioneers gave up their safety, their comfort and sometimes their lives to build our new West. They were not the captives of their own doubts, nor the prisoners of their own price tags. They were determined to make the new world strong and free – an example to the world, to overcome its hazards and its hardships, to conquer the enemies that threatened from within and without. Some would say that those struggles are all over, that all the horizons have been explored, that all the battles have been won, that there is no longer an American frontier. But I trust that no one in this assemblage would agree with that sentiment; for the problems are not all solved and the battles are not all won; and we stand today on the edge of a New Frontier – the frontier of the 1960's, the frontier of unknown opportunities and perils, the frontier of unfilled hopes and unfilled threats... The New Frontier is here whether we seek it or not.

Beyond that frontier are uncharted areas of science and space, unsolved problems of peace and war, unconquered problems of ignorance and prejudice, unanswered questions of poverty and surplus. It would be easier to shrink from that new frontier, to look to the safe mediocrity of the past, to be lulled by good intentions and high rhetoric – and those who prefer that course should not vote for me or the Democratic Party.

But I believe that the times require imagination and courage and perseverance. I'm asking each of you to be pioneers towards that New Frontier. My call is to the young in heart, regardless of age – to the stout in spirit, regardless of Party, to all who respond to the scriptural call: "Be strong and of a good courage; be not afraid, neither be [thou] dismayed"<sup>52</sup>.

Как видно из приведенного отрывка, Дж. Кеннеди использовал концепт “frontier” для обоснования необходимости перемен, нового подхода во внутренней и внешней политике, свободного от старых догм и убеждений. Тему «фронттира» находим и у других лидеров США. Дж. Буш младший, например, связывал ее с необходимостью расширения границ свободы не только в США, но и во всем мире. Выступая на съезде республиканской партии при

повторной номинации на пост президента в 2004 г. он заявил: “The story of America is the story of expanding liberty: an ever-widening circle, constantly growing to reach further and include more. Our Nation's founding commitment is still our deepest commitment: In our world, and here at home, we will extend the frontiers of freedom”<sup>53</sup>.

Поскольку свобода рассматривается Дж Бушем в качестве неотъемлемой части Американской мечты, проецирование борьбы американцев за свободу на весь мир делает таковую вполне легитимной: “This young century will be liberty's century. By promoting liberty abroad, we will build a safer world. By encouraging liberty at home, we will build a more hopeful America. Like generations before us, we have a calling from beyond the stars to stand for freedom. This is the everlasting dream of America and tonight, in this place, that dream is renewed. Now we go forward grateful for our freedom, faithful to our cause, and confident in the future of the greatest nation on earth” (Там же).

Помимо темы свободы (в вышеупомянутой речи Дж Буша слова *freedom* и *liberty* были произнесены 27 раз), другой важной темой в речах американских политиков является тема величия Америки. В вышеприведенной речи Дж Буша, который охарактеризовал Америку как «самую великую нацию в мире», слово Америка оказалось самым частотным – оно было употреблено 36 раз (для сравнения отметим, что в речи Дж. Кеннеди «Новые рубежи» слово *America* не было использовано ни разу), а слово *American* – 28 раз (в речи Дж. Кеннеди – 7 раз).

Хотя в своей номинационной речи Дж. Кеннеди ни разу не употребил слово *America*, а слово *American* произнес намного меньшее количество раз, чем это сделал Дж. Буш в вышеупомянутой речи, концепт «*America*», в том числе тема величия Америки присутствовали в ней в качестве одних из основных: “Let me say first that I accept the nomination of the Democratic Party. I accept it without reservation and with only one obligation, the obligation to devote every effort of my mind spirit to lead our Party back to victory and our Nation to greatness”<sup>54</sup>.



Хотя частотность употребления языкового выражения концепта не является единственным критерием его важности (как было показано выше языковое выражение концепта может вообще не употребляться, но сам концепт может подразумеваться), частотность употребления концептов в виде их языковых выражений не только указывает на ценностные и политические приоритеты оратора, но и является действенным средством воздействия на слушателя, его убеждения. Например, главным лейтмотивом речи Барака Обамы по поводу выдвижения его кандидатуры на пост президента была идея о необходимости перемен и изменений во внешней и внутренней политике страны. Соответственно слово “change” было самым частотным в его выступлении (20 употреблений). Этосом его речи был упор на характерное для американской культуры стремление ко всему новому, ориентация на будущее, а не на прошлое: “This is our time, our time to turn the page on the policies of the past, our time to bring new energy and new ideas to the challenges we face, our time to offer a new direction for this country that we love”.

При этом Б.Обама особо подчеркивал, что программа Дж. Маккейна, кандидата на пост президента страны от республиканской партии, не отличается новизной и не предполагает никаких изменений в политике, проводимой администрацией Дж.Буша: “It’s not change when he offers four more years of Bush economic policies that have failed to create well-paying jobs, or insure our workers, or help Americans afford the skyrocketing cost of college, policies that have lowered the real incomes of the average American family, and widened the gap between Wall Street and Main Street, and left our children with a mountain of debt.

It’s not change when he promises to continue a policy in Iraq that asks everything of our brave men and women in uniform and nothing of Iraqi politicians, a policy where all we look for are reasons to stay in Iraq, while we spend billions of dollars a month on a war that isn’t making the American people any safer. So – So, I’ll say this: There are many words to describe John McCain’s attempt to pass off his embrace of George

Bush's policies as bipartisan and new, but "change" is not one of them. "Change" is not one of them, because change is a foreign policy that doesn't begin and end with a war that should've never been authorized and never been waged"<sup>55</sup>.

Тема новизны и изменений является константной в американской политической риторике, особенно в речах кандидата на пост президента от партии, не имеющей на данный момент своего представителя в Белом доме. Так, Дж.Кеннеди в своей речи «Новые рубежи» указав, что в случае своего избрания он будет самым молодым президентом США, подчеркнул, что молодость еще не есть залог нового. Его конкурент от республиканской партии Ричард Никсон также был молод, но, по мнению Дж.Кеннеди, предлагаемая им политика будет повторением прошлого: "But we're not merely running against Mr. Nixon. Our task is not merely one of itemizing Republican failures. Nor is that wholly necessary. For the families forced from the farm do not need to tell us of their plight. The unemployed miners and textile workers know that the decision is before them in November. The old people without medical care, the families without a decent home, the parents of children without a decent school: They all know that it's time for a change.

We are not here to curse the darkness; we are here to light a candle. As Winston Churchill said on taking office some twenty years ago: If we open a quarrel between the present and the past, we shall be in danger of losing the future...

It is time, in short – It is time, in short, for a new generation of leadership. All over the world, particularly in the newer nations, young men are coming to power, men who are not bound by the traditions of the past, men who are not blinded by the old fears and hates and rivalries – young men who can cast off the old slogans and the old delusions.

The Republican nominee, of course, is a young man. But his approach is as old as McKinley. His party is the party of the past, the party of memory. His speeches are generalities from Poor Richard's Almanac. Their platform – Their platform, made up of old, left-over

Democratic planks, has the courage of our old convictions. Their pledge is to the status quo; and today there is no status quo”<sup>56</sup>.

Дж.Кеннеди явился самым молодым избранным президентом США в возрасте 43 лет и вторым самым молодым президентом США после Теодора Рузвельта, который после убийства президента Уильяма Мак-Кинли будучи вице-президентом стал президентом страны в возрасте 42 лет. В контексте необходимости перемен Дж.Кеннеди в вышеприведенной речи не только удачно обыграл свой молодой возраст (All over the world, particularly in the newer nations, young men are coming to power), но и сумел в условиях все еще сильных анти-католических предассудков в стране с господствующей протестанской традицией убедить избирателей в несущественности вопроса о его религиозных воззрениях, представив свое выдвижение на пост президента в качестве нового вызова и веры демократической партии в способность американцев принимать свободное и справедливое решение: “I am fully aware of the fact that the Democratic Party, by nominating someone of my faith, has taken on what many regard as a new and hazardous risk – new, at least since 1928. The Democratic Party has once again placed its confidence in the American people, and in their ability to render a free and fair judgment and in my ability to render a free and fair judgment...”

I hope that no American – I hope that no American, considering the really critical issues facing this country, will waste his franchise and throw away his vote by voting either for me or against me because of my religious affiliation. It is not relevant.<sup>57</sup>

Дж.Кеннеди явился единственным президентом США-католиком, а его ссыла на 1928 г. касалась неудачной попытки кандидата от демократической партии католика Альфреда Смита быть избранным на пост президента страны во время президентских выборов 1928 г., на которых он, столкнувшись с сильными анти-католическими настроениями, потерпел сокрушительное поражение от республиканца Герберта Гувера.

Характерная особенность речей американских политиков, включая американских президентов, является их интертекстуальность, большое количество аллюзий, ссылок, цитат из других текстов, в том числе речей предыдущих президентов, причем, поскольку источник в речах упоминается не всегда, для адекватного восприятия текста требуются соответствующие фоновые знания, включая знания вертикального контекста, как социально-исторического, так и филологического.

Дж.Кеннеди в 1960г., говоря о необходимости забыть прошлое и смотреть в будущее, для подтверждения правильности своих мыслей привел слова У.Черчиля: “We are not here to curse the darkness; we are here to light a candle. As Winston Churchill said on taking office some twenty years ago: If we open a quarrel between the present and the past, we shall be in danger of losing the future. Today our concern must be with that future. For the world is changing. The old era is ending. The old ways will not do”.<sup>58</sup>

В то время как Дж.Кеннеди позиционировал себя и демократическую партию, номинантом которой он являлся, в качестве новаторов, заботящихся о будущем страны, своего конкурента и представляющую им республиканскую партию он представлял как сторонников отживших идей, которые смотрят в прошлое, а не в будущее. Между тем, по его мнению, новые вызовы требовали новых идей и новых лидеров: “It is time, in short – It is time, in short, for a new generation of leadership. All over the world, particularly in the newer nations, young men are coming to power, men who are not bound by the traditions of the past, men who are not blinded by the old fears and hates and rivalries – young men who can cast off the old slogans and the old delusions”.<sup>59</sup>

Те же мысли высказывал Б.Обама в 2008 г.: “America, this is our moment. This is our time, our time to turn the page on the policies of the past, our time to bring new energy and new ideas to the challenges we face, our time to offer a new direction for this country that we love”.

Понятно, что здесь под прошлым подразумевалась политика конкурентов по политической борьбе – в данном случае политика

республиканцев и программа их кандидата на пост президента Дж. Маккейна. Что касается знаковых событий американской истории, то аллюзии и ссылки на них весьма часты в американском политическом дискурсе, как, например, в следующем абзаце из речи Б.Обамы: “And every so often, there are moments which call on that fundamental goodness to make this country great again. So it was for that band of patriots who declared in a Philadelphia hall the formation of a more perfect union, and for all those who gave on the fields of Gettysburg and Antietam their last full measure of devotion to save that same union. So it was for the greatest generation that conquered fear itself, and liberated a continent from tyranny, and made this country home to untold opportunity and prosperity”.<sup>60</sup>

Присущая для политического дискурса интертекстуальность проявляется здесь в выражении “conquered fear itself”, которое отсылает слушателей к речи Дж.Кеннеди «Новые рубежи», в которой он говорил о новом поколении лидеров, которые не «ослеплены старыми страхами и ненавистью» (“men who are not blinded by the old fears and hates”), и дальше к еще более раннему источнику – первой инаугурационной речи 32-го президента США Франклина Делано Рузвельта, в которой он заявил, что «единственное, чего нам следует бояться – это самого страха» (“The only thing we have to fear is fear itself”). Эти слова Франклина Рузвельта с того времени прочно вошли в политическую культуру США и стали объектом частого цитирования (Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений 2005: 475).<sup>61</sup>

Тема величия Америки, являющаяся постоянной в речах американских политических деятелей независимо от их партийной принадлежности, достаточно красноречиво выражена в следующих словах Б. Обамы: “There are moments which call on that fundamental goodness to make this country great again”, что напрямую перекликается с предвыборным слоганом номинанта на пост президента от республиканской партии Д.Трампа “Make America Great Again” («Сделаем Америку снова великой»). То же выражение использовал республиканец Р.Рейган в своей номинационной речи в

1980 г.: “For those who have abandoned hope, we'll restore hope and we'll welcome them into a great national crusade to make America great again!”<sup>62</sup>. Тот же лозунг несколько раз был использован демократом Биллом Клинтон в ходе президентской кампании 1992 г. Однако, выступая в Орландо 7 сентября 2016 г. в поддержку своей супруги Хиллари Клинтон в ходе президентской кампании 2016 г., он назвал этот лозунг в устах Д.Трампа «расистским», адресованный в первую очередь белым южанам: “That message where ‘I’ll give you America great again’ is if you’re a white Southerner, you know exactly what it means, don’t you? What it means is ‘I’ll give you an economy you had 50 years ago, and I’ll move you back up on the social totem pole and other people down.’”<sup>63</sup>.

Какая президентской кампании 2016 г. отметим, что ее характерной чертой явилось то, что политическое размежевание американского общества стало проходить не на социально-экономическом и идеологическом основании как прежде, а на гендерно-расовом. Обычно электоральный лагерь демократов составляют люди, ориентированные на социальные программы, а электорат республиканцев состоит в основном из людей, поддерживающих принципы свободного предпринимательства. Кроме того, сторонники либеральных идей являются сторонниками демократической партии, а те, кто придерживаются традиционных консервативных идей обычно голосуют за республиканцев. Но в ходе президентской кампании 2016 г. доминирующим оказался именно гендерно-расовой фактор. Во время президентской кампании 2016 г. Х. Клинтон в качестве одного из объекта критики Д.Трампа называла именно его отношения к женщинам, а также к национальным и другим меньшинствам: “Well, like everyone else, I’ve spent a lot of time thinking over the last 48 hours about what we heard and saw. You know, with prior Republican nominees for president, I disagreed with them on politics, policies, principles, but I never questioned their fitness to serve.

Donald Trump is different. I said starting back in June that he was not fit to be president and commander-in-chief. And many

Republicans and independents have said the same thing. What we all saw and heard on Friday was Donald talking about women, what he thinks about women, what he does to women. And he has said that the video doesn't represent who he is.

But I think it's clear to anyone who heard it that it represents exactly who he is. Because we've seen this throughout the campaign. We have seen him insult women. We've seen him rate women on their appearance, ranking them from one to ten. We've seen him embarrass women on TV and on Twitter. We saw him after the first debate spend nearly a week denigrating a former Miss Universe in the harshest, most personal terms.

So, yes, this is who Donald Trump is. But it's not only women, and it's not only this video that raises questions about his fitness to be our president, because he has also targeted immigrants, African-Americans, Latinos, people with disabilities, POWs, Muslims, and so many others"<sup>64</sup>.

Результаты анализа элементов номинационных речей Х. Клинтон и Д. Трампа позволяют выявить гендерную специфику их речей. Так, в своей речи Х. Клинтон 10 раз произнесла слово "mother", 10 раз – слово "woman", 10 раз слово "children", 13 раз слово "child" и 16 раз слово "family". Соответствующие показатели в речи Д. Трампа были 4, 0, 8, 13, 7. Характерно, что Д. Трамп в своей речи ни разу не произнес слово "woman", в то время как Х. Клинтон произнесла его 10 раз. Очевидно, что Х. Клинтон стремилась позиционировать себя именно как женщину, заботящуюся об укреплении семьи и стремящуюся защитить ее права.

В ходе всей президентской кампании 2016 г. Х.Клинтон, позиционировав себя в качестве защитницы прав женщин и этнических меньшинств, пользовалась их доминирующей поддержкой, а Д. Трамп, сделавший борьбу против незаконной иммиграции своим главным лозунгом, имел поддержку среди белого большинства, главным образом среди мужчин среднего класса. Именно активное использование лозунга борьбы с незаконной иммиграцией, ставшего особенно актуальным в связи с неконтролируемым потоком мигрантов на Запад из-за кризисных

событий на Ближнем Востоке, позволил Д. Трампу заручиться значительной поддержкой избирателей среди вышеуказанной группы населения и без того страдающего от постоянного сокращения числа рабочих мест в стране из-за вывоза капитала и использования дешевой рабочей силы за рубежом. Отметим в этой связи, что и результаты голосования по британскому Брекситу во многом были обусловлены протестным голосованием социально необеспеченных слоев британского общества, особенно на севере Англии, и стремлением оградить страну от неконтролируемого потока мигрантов и последствий глобализации.

Поддержка Д.Трампа среди белого большинства, главным образом среди мужчин, объясняется также использованием им модели «строгого отца», которая, по словам Дж. Лакоффа, разделяется десятками миллионов американцев, придерживающихся традиционных консервативных взглядов, в том числе в вопросах семьи. Это люди, по словам Дж. Лакоффа, представляющие белое мужское население из рабочего класса и средних слоев, ставят себя по статусу выше иммигрантов, женщин, представителей небелого и нехристианского населения, а также нетрадиционных меньшинств, однако господствующие в американском обществе принципы «политической корректности» не позволяли им открыто высказывать свои взгляды. Д.Трамп же явился именно тем человеком, который, отбросив всякую политкорректность, без каких либо стеснений, в резкой и агрессивной форме стал открыто выражать взгляды указанной группы населения и предлагать радикальные решения в контексте прямой причинно-следственной связи без особого учета их побочных последствий, в том числе в межкультурной сфере (построение стены на границе с Мексикой для предотвращения нелегальной иммиграции, запрещение въезда в страну мусульман как способа борьбы с радикальным исламом и терроризмом и т.д.). Это, по мнению Дж. Лакоффа, автоматически обеспечивало Д.Трампу полную поддержку со стороны вышеуказанной группы населения. На основании сделанного анализа Дж. Лакофф еще в марте 2016 г. в своей статье «Почему Трамп?»



высказал мнение о том, что Д.Трамп «вероятно станет следующим президентом» и посоветовал демократам более серьезно отнестись к причинам его успеха<sup>65</sup>.

В условиях очевидного размежевания американского общества по социально-экономическим и идеологическим параметрам, а с начала президентской кампании 2016 г. и по гендерно-расовым, тема единства и сплоченности американского народа, которая всегда играла ключевую роль в американском политическом дискурсе, приобретает особую актуальность. С целью получения большего количества голосов и склонения на свою сторону колеблющихся избирателей американские кандидаты в президенты особенно активно стараются позиционировать себя в качестве гаранта единства американской нации, выразителя и защитника интересов всех слоев общества.

В президентской кампании 2016 г., отличавшейся ожесточённой и зачастую неприязненной борьбой главных кандидатов на пост президента и получившей характеристику одной из самых грязных и скандальных кампаний в США, кандидаты продолжали позиционировать себя в качестве гаранта единства нации и обвиняли другую сторону в ее разобщении и разделении. Например, Д. Трамп прямо указывал на разделенность американской нации, обвиняя в этом демократов, в частности Х. Клинтон, в том числе из-за ее неполиткорректных высказываний в адрес его сторонников.

Так, выступая на вечере по сбору средств для своей избирательной кампании Х. Клинтон заявила, что половина сторонников Д. Трампа – это «сборище достойных сожаления людей» (дословно: «корзина людей, достойных сожаления»), в том числе «расисты, сексисты, гомофобы, ксенофобы, исламофобы – всего не перечислить»: "To just be grossly generalistic, you can put half of Trump supporters into what I call the basket of deplorables. Right? Racist, sexist, homophobic, xenophobic, Islamophobic, you name it". Она также назвала их людьми, «непоправимыми» и «безнадежными» ("irredeemable")<sup>66</sup>.

На это Д.Трамп не преминул отреагировать в "Твиттере": "Wou, Hillary Clinton was SO INSULTING to my supporters, millions of amazing, hard working people. I think it wil cost her at the Polls!" ("Вот это да! Хиллари Клинтон высказалась так оскорбительно по отношению к моим сторонникам, миллионам чудесных, трудолюбивых людей. Думаю, что она поплатится за это на избирательных участках!")<sup>67</sup>. Кстати, активное использование социальных сетей, где Д. Трамп публиковал несколько «постов» в день, явилось одной из важных причин его успеха на выборах<sup>68</sup>.

Указывая на разделенность американской нации, Д. Трамп говорил: " We have a divided nation. We have a very divided nation. You look at Charlotte. You look at Baltimore. You look at the violence that's taking place in the inner cities, Chicago, you take a look at Washington, D.C. We have an increase in murder within our cities, the biggest in 45 years. We have a divided nation, because people like her – and believe me, she has tremendous hate in her heart. And when she said deplorables, she meant it. And when she said irredeemable, they're irredeemable, you didn't mention that, but when she said they're irredeemable, to me that might have been even worse"<sup>69</sup>.

В свою очередь Х. Клинтон характеризовала главную повестку дня президентских выборов 2016 г. в качестве выбора, с одной стороны, между единством и стабильностью, которые предлагала она (один из главных предвыборных слоганов Х. Клинтон гласил «Вместе сильнее» – "Stronger Together"), а с другой – разобщенностью и неопределенностью, что, по ее мнению, предлагал Д.Трамп. Выступая на съезде демократической партии в связи со своей номинацией в качестве кандидата в президенты, Х. Клинтон стремилась всячески подчеркнуть, в том числе и с помощью языковой игры с использованием слова "trump" ("love trumps hate"; "He (т.е. Д. Трамп – С.А.) wants to divide us from the rest of the world and trump each other"), что предлагаемая ею

программа – это программа единения и любви, а политика ее оппонента – политика разъединения и ненависти: “America needs every one of us to lend our energy, our talents, our ambition to making our nation better and stronger. I believe that with all my heart. That's why “Stronger Together” is not just a lesson from our history. It's not just a slogan for our campaign. It's a guiding principle for the country we've always been and the future we're going to build. A country where the economy works for everyone, not just those at the top. Where you can get a good job and send your kids to a good school, no matter what zip code you live in. A country where all our children can dream, and those dreams are within reach. Where families are strong... communities are safe... And yes, love trumps hate. That's the country we're fighting for. That's the future we're working towards”<sup>70</sup>.

Со своей стороны Д. Трамп, наоборот, позиционировал себя в качестве гаранта единства и призывал республиканцев объединиться для борьбы с Х. Клинтон: “ So I – look, I’m a unifier. I know people are going to find that a little bit hard to believe, but believe me, I am a unifier.... Once we get all of this finished, I’m going to go after one person, that’s Hillary Clinton, on the assumption she’s allowed to run, which is a big assumption...I am a unifier. I would love to see the Republican Party and everybody get together and unify. And when we unify, there’s nobody, nobody that’s going to beat us”<sup>71</sup>.

В этой связи представляется важным выяснение того, какими языковыми средствами американские президенты и другие политики стремятся поддерживать чувство национальной общности, как они определяют идентичность американской нации и то, что, по их мнению, обеспечивает ее единство.

С целью привлечения электората, в том числе и получения голосов колеблющихся и неопределившихся избирателей, кандидаты в президенты, как правило, представляют себя в качестве выразителей интересов всех слоев общества. Например, Х.Клинтон в своей первой речи в июне 2015г. в Нью-Йорке на острове

Рузвельт, положившей начало ее президентской кампании 2016 г., прямо заявила, что она собирается выражать интересы всех американцев: “I’m not running for some Americans, but for all Americans”<sup>72</sup>. Ту же мысль она повторяла и в своих последующих выступлениях; например, выступая в городе Рино штата Невада, она сказала: “And I promise you this: with your help, I will be a president for Democrats, Republicans, and independents. For those who vote for me and for those who vote against me. I will be a president for all Americans. Because I truly believe we are stronger together”<sup>73</sup>.

В своей речи на конвенте демократической партии в связи со своей номинацией на пост президента Х.Клинтон использовала такие лексические средства как упоминание событий более чем двухсотлетней давности, когда формировалась американская нация, сравнение событий давно минувших дней с современной ситуацией в стране, характеризующейся расколом и разъединением в обществе, апелляция к авторитету Отцов основателей, упоминание слов Ф. Д.Рузвельта, выведшего страну из Великой депрессии и поставившего ее на путь устойчивого развития, упоминание главного девиза страны “E pluribus unum” («В многообразии едины») и т.д.: “My friends, we've come to Philadelphia, the birthplace of our nation, because what happened in our city 240 years ago still has something to teach us today. We all know the story, but we usually focus on how it turned out, and not enough on how close that story came to never being written at all.

When representatives from 13 unruly colonies met just down the road from here, some wanted to stick with the king, and some wanted to stick it to the king. The revolution hung in the balance, and somehow, they began listening to each other. Compromising, finding common purpose. And by the time they left Philadelphia, they had begun to see themselves as one nation. That's what made it possible to stand up to a king. That took courage – they had courage. Our founders embraced the enduring truth that we are stronger together.

Now, America is once again at a moment of reckoning. Powerful forces are threatening to pull us apart. Bonds of trust and respect are fraying. And just as with our founders, there are no guarantees. It truly is up to us. We have to decide whether we will all work together, so we can all rise together. Our country's motto is e pluribus unum – out of many, we are one. Will we stay true to that motto?

Well, we heard Donald Trump's answer last week at his convention. He wants to divide us from the rest of the world and trump each other. He's betting that the perils of today's world will blind us to its unlimited promise. He's taken the Republican Party a long way – from morning in America to midnight in America. He wants us to fear the future and fear each other. Well, you know, a great Democratic president, Franklin Delano Roosevelt, came up with the perfect rebuke to Trump more than 80 years ago during a much more perilous time: The only thing we have to fear is fear itself.

Now, we are clear-eyed about what our country is up against. But we are not afraid. We will rise to the challenge just as we always have. We will not build a wall. Instead, we will build an economy where everyone who wants a good job can get one. And we'll build a path to citizenship for millions of Americans who are already contributing to our economy"<sup>74</sup>.

Как отмечает Ванесса Бисли (Beasley 2011), создать социально-культурную общность, состоящую из людей с разной этнической, религиозной и классовой принадлежностью и придерживающихся индивидуалистических принципов капиталистической конкуренции достаточно трудно. В контексте риторики американских политиков важную роль здесь играют лингвистические средства, в частности, активное использование инклюзивных местоимений “we” и “us” в качестве сигнификаторов национальной политической общности. Например, Дж. Буш в своем телеобращении к американскому народу по поводу террористической атаки на Нью-Йорк и Вашингтон 11 сентября 2001 г.<sup>75</sup> использовал местоимения “we” и “us” 9 и 19 раз

соответственно, что намного превышает по частотности число использованных в его речи других номинальных слов (America, attack, act – по 6 раз, American, evil – по 4 раза).

Касаясь указанной речи Дж.Буша отметим, что она была построена по классическим канонам риторики. Эмос речи, предполагающий ее убедительность и способность внушать доверие, обеспечивался такими выражениями как: “Moms and dads, Friends and neighbors” ; “This is a day when all Americans from every walk of life unite in our resolve for justice and peace”, предполагающие общность говорящего с народом, его единство. Наряду с местоимениями “we” и “us” важную роль играет местоимение “I” (10 употреблений) с точки зрения подчеркивания уверенности и личной заинтересованности и ответственности говорящего.

Пафос речи, предполагающий эмоциональность речи и ее образность, обеспечивался не только самой темой выступления, касающейся беспрецедентной по своим масштабам и замыслу террористической атаки, повлекшей огромное количество жертв, но и самим языком обращения, изобилующим трагическими и волнительными образами: “Thousands of lives were suddenly ended by evil, despicable acts of terror. The pictures of airplanes flying into buildings, fires burning, huge structures collapsing, have filled us with disbelief, terrible sadness and a quiet, unyielding anger”; яркими метафорами: “ Terrorist attacks can shake the foundations of our biggest buildings, but they cannot touch the foundation of America. These acts shatter steel, but they cannot dent the steel of American resolve. America was targeted for attack because we're the brightest beacon for freedom and opportunity in the world. And no one will keep that light from shining... we stand together to win the war against terrorism”; языком, выражающим сочувствие и вместе с тем решительность и патриотизм: “These acts of mass murder were intended to frighten our

nation into chaos and retreat. But they have failed. Our country is strong. A great people has been moved to defend a great nation”.

Логос обращения Дж. Буша, предполагающий уместность, логичность и последовательность речи, обеспечивался упоминанием предпринятых шагов и задач, вставших перед страной: “Today, our nation saw evil, the very worst of human nature, and we responded with the best of America, with the daring of our rescue workers, with the caring for strangers and neighbors who came to give blood and help in any way they could. Immediately following the first attack, I implemented our government's emergency response plans. Our military is powerful, and it's prepared. Our emergency teams are working in New York City and Washington, D.C., to help with local rescue efforts.

Our first priority is to get help to those who have been injured and to take every precaution to protect our citizens at home and around the world from further attacks...The search is underway for those who are behind these evil acts. I've directed the full resources for our intelligence and law enforcement communities to find those responsible and bring them to justice. We will make no distinction between the terrorists who committed these acts and those who harbor them... America and our friends and allies join with all those who want peace and security in the world and we stand together to win the war against terrorism” (Ibidem).

Одним из главных этосов риторики американских президентов является определение идентичности американского народа и обеспечение его сплоченности. Причем эта тема является постоянной в риторике разных президентов. Как сказал Б.Клинтон в своей инаугурационной речи 1993 г., каждому поколению американцев надо заново определять, что означает быть американцем: “Each generation of Americans must define what it means to be an American”<sup>76</sup>

Поскольку американский народ никогда не характеризовался этнической и религиозной однородностью, что исторически было характерно для большинства других наций, американцам приходилось находить иные способы определения своей

национальной идентичности и обеспечения своей национально-политической сплоченности. На основе анализа таких жанров риторики американских президентов как инаугурационная речь и ежегодные «Послания о положении страны» (State of the Union address) В. Бисли приходит к выводу, что американские политики стремятся обеспечить такое единство на основе «гражданской религии», которая определяет «гражданскую идентификацию» американцев (Beasley 2011: 5).

Согласно Англо-русскому словарю по социологии (2011), гражданская религия (в противоположность институциональной основанной на церковной вере), представляет собой совокупность верований, символов, ритуалов и институтов, которые обеспечивают легитимность социальной системы и создают социальную солидарность, мобилизуя членов общества на достижение общих целей. Она включает систему верований о возможности создания гармоничного общества, служит поддержанию социальной стабильности и формированию национальной идентичности<sup>77</sup>.

Примером использования гражданской религии в политическом дискурсе может служить инаугурационная речь Дж. Кеннеди 20 января 1961 г., которую он начал с упоминанием Бога и его промысла на американской земле: “We observe today not a victory of party but a celebration of freedom -symbolizing an end as well as a beginning – signifying renewal as well as change. For I have sworn before you and Almighty God the same solemn oath our forebears prescribed nearly a century and three quarters ago.

The world is very different now. For man holds in his mortal hands the power to abolish all forms of human poverty and all forms of human life. And yet the same revolutionary beliefs for which our forebears fought are still at issue around the globe--the belief that the rights of man come not from the generosity of the state but from the hand of God”.

В заключительной части своей речи Дж. Кеннеди вновь возвращается к Богу: “Finally, whether you are citizens of America or citizens of the world, ask of us here the same high standards of strength



and sacrifice which we ask of you. With a good conscience our only sure reward, with history the final judge of our deeds, let us go forth to lead the land we love, asking His blessing and His help, but knowing that here on earth God's work must truly be our own”<sup>78</sup>.

Как видно из данного текста, Дж. Кеннеди трижды упоминает Бога и клянется охранять конституцию не только перед народом, но и перед «всемогущим Богом». Американский ученый Р. Белла, автор работы «Гражданская религия в Америке», имея ввиду указанную речь Дж. Кеннеди, задается вопросом, как вообще, учитывая разделение церкви и государства, президент в своих официальных речах может использовать слово «Бог» (Bellah 1967). Ответ заключается в том, пишет сам Р. Белла, что разделение церкви и государства не отрицает политическую сферу религиозного измерения. Хотя вопросы персональной религиозной веры считаются строго личным делом, есть, в то же время, некоторые общие элементы религиозной ориентации, которые разделяют подавляющее большинство американцев. Эти элементы сыграли решающую роль в развитии американских институтов и по-прежнему обеспечивают религиозное измерение для всей структуры американской жизни, включая и сферу политики. Это общественное религиозное измерение выражается в наборе убеждений, символов, ритуалов, праздников, идей, событий, мест, личностей, документов, текстов и т.д., которые воспринимаются подавляющим большинством населения, вне зависимости от своих религиозных предпочтений или их отсутствием, как надперсональные, общие, имеющие сакральный и священный смысл и значение, и принимаемые ими как таковые (См. Bellah 1967; Белла 2014: 162).

Таким образом, именно общность взглядов и убеждений составляет основу американской национальной идентичности, в основе которой лежат не этнические, расовые, культурные или религиозные характеристики, а основанные на историческом опыте идейно-понятийные и морально-нравственные убеждения, разделяемые большинством населения (Beasley 2011: 5). Это хорошо

видно из следующего отрывка из второй инаугурационной речи Б. Обамы: “Each time we gather to inaugurate a President we bear witness to the enduring strength of our Constitution. We affirm the promise of our democracy. We recall that what binds this nation together is not the colors of our skin or the tenets of our faith or the origins of our names. What makes us exceptional – what makes us American – is our allegiance to an idea articulated in a declaration made more than two centuries ago: “We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal; that they are endowed by their Creator with certain unalienable rights; that among these are life, liberty, and the pursuit of happiness. Today we continue a never-ending journey to bridge the meaning of those words with the realities of our time. For history tells us that while these truths may be self-evident, they’ve never been self-executing; that while freedom is a gift from God, it must be secured by His people here on Earth. The patriots of 1776 did not fight to replace the tyranny of a king with the privileges of a few or the rule of a mob. They gave to us a republic, a government of, and by, and for the people, entrusting each generation to keep safe our founding creed”<sup>79</sup>.

Поскольку американская нация объединена на идейных основах (“what makes us American – is our allegiance to an idea”), разрушение идеологических взглядов, убеждений и верований, как отмечает В. Бисли, может привести к разрушению самой американской нации (Там же: 8-9). Неудивительно, поэтому, что темы «единство», «гражданская идентификация», «великое предназначение Америки», которые полностью вписываются в тематику «американской гражданской религии», являются основными семантическими блоками инаугурационных речей американских президентов (Гаврилова 2005: 16).

В используемую в политическом дискурсе «американскую гражданскую религию» тесно вплетен религиозный дискурс с характерными для него сакральностью, ритуальностью, мифичностью, символизмом и т.д., обращениями к Богу и цитированием из священных писаний, что превращает «американскую гражданскую религию» в разновидность светской

религии. Как отмечает Р. Белла, в основе американской гражданской религии лежат Библейские архетипы: тут есть и Исход (в данном случае из Англии и других стран), Избранный Народ (американский), Земля Обетованная (Америка) и т.д. Америка должна стать обществом настолько совершенным в согласии с волей Бога, насколько люди смогут сделать ее таковой, и светочем всех народов (Белла 2014: 181).

Американская гражданская религия включает в себя все четыре основные характеристики американской идентичности, обычно упоминаемые в литературе: an American mission (американская миссия), an American yearning (американское стремление), an American idea (американская идея), American psyche (американский дух) (Beasley 2011: 29). Все они находят постоянное отражение в американском политическом дискурсе.

Еще первый глава американского государства Джордж Вашингтон в своем прощальном послании в качестве главного завета будущим поколениям назвал необходимость сохранения единства нации, ибо все завоевания американцев были плодом общих решений и общих усилий. Само звание американца должно неизменно вызывать у них законную гордость и патриотизм в большей степени, чем любое другое звание: "Citizens, by birth or choice, of a common country, that country has a right to concentrate your affections. The name of American, which belongs to you in your national capacity, must always exalt the just pride of patriotism more than any appellation derived from local discriminations. With slight shades of difference, you have the same religion, manners, habits, and political principles. You have in a common cause fought and triumphed together; the independence and liberty you possess are the work of joint counsels, and joint efforts of common dangers, sufferings, and successes". Таким образом, согласно Дж. Вашингтону, для обеспечения единства все различия, включая религиозные и этнические, не должны иметь никакого значения и главной ценностью должно быть звание американца. Гарантом единства американской нации Дж. Вашингтон назвал американскую конституцию, дважды указав, что

она «священна» (“The free Constitution, which is the work of your hands, may be sacredly maintained”; “But the Constitution, which at any time exists, till changed by an explicit and authentic act of the whole people, is sacredly obligatory upon all”)<sup>80</sup>.

Ежегодное зачитывание данного послания в американском Конгрессе 22 февраля в день рождения Дж. Вашингтона является одним из свидетельств сближения американского политического дискурса с религиозным дискурсом в контексте ритуализации коммуникации. Другим признаком такого сближения являются частые упоминания Бога и цитаты из библейских текстов в речах американских президентов. При этом, одной из главных тем в речах американских президентов является идея богоизбранности американского народа, что является важнейшим постулатом американской гражданской религии. Отсюда частые заявления американских политиков об особой миссии американского народа, его исключительности.

Так, Дж. Кеннеди в своей инаугурационной речи 1961г. подчеркивал роль американского народа как светоча демократии и свободы: “ In the long history of the world, only a few generations have been granted the role of defending freedom in its hour of maximum danger. I do not shrink from this responsibility – I welcome it. I do not believe that any of us would exchange places with any other people or any other generation. The energy, the faith, the devotion which we bring to this endeavor will light our country and all who serve it--and the glow from that fire can truly light the world”<sup>81</sup>.

В инаугурационной речи Р. Рейгана 1980 г. идея богоизбранности американского народа выражена такими словами как “the citizens of this blessed land”; “We are a nation under God, and I believe God intended for us to be free”; “Can we doubt that only a Divine Providence placed this land, this island of freedom, here as a refuge for all those people in the world who yearn to breathe freely...”. Говоря об американской миссии, он отмечал: “Well, I believe we, the Americans of today, are ready to act worthy of ourselves, ready to do what must be done to ensure happiness and liberty for ourselves, our children, and our

children's children. And as we renew ourselves here in our own land, we will be seen as having greater strength throughout the world. We will again be the exemplar of freedom and a beacon of hope for those who do not now have freedom”<sup>82</sup>.

В литературе часто цитируются следующие слова Р.Рейгана о мессианской роли Америки и американского народа: “God intended America to be free, to be the golden hope of mankind”; “I have longed believed there was divine plan that placed this land here to be found by people of a special kind, that we have a rendezvous with destiny” (Humes 2007: 6).

В своей инаугурационной речи в январе 2009 г. Обама говорил, что источником уверенности американцев является их знание того, что сам Бог вызывает к ним стать творцом своей судьбы: “This is the source of our confidence – the knowledge that God calls on us to shape an uncertain destiny”<sup>83</sup>.

Сакральный, священный смысл имеют не только некоторые исторические американские документы, как, например, Конституция или Декларация независимости, но и сами исторические деятели, как, например, Отцы основатели, которые выступают в роли национальных символов. Их упоминание является обязательной нормой для речей американских президентов. В своей инаугурационной речи 1980 г. Р. Рейган говорил: “This is the first time in our history that this ceremony has been held, as you've been told, on this West Front of the Capitol. Standing here, one faces a magnificent vista, opening up on this city's special beauty and history. At the end of this open mall are those shrines to the giants on whose shoulders we stand.

Directly in front of me, the monument to a monumental man, George Washington, father of our country. A man of humility who came to greatness reluctantly. He led America out of revolutionary victory into infant nationhood. Off to one side, the stately memorial to Thomas Jefferson. The Declaration of Independence flames with his eloquence. And then, beyond the Reflecting Pool, the dignified columns of the

Lincoln Memorial. Whoever would understand in his heart the meaning of America will find it in the life of Abraham Lincoln”<sup>84</sup>.

Говоря об американской идее, Бил Клинтон подчеркивал ее роль в становлении и укреплении сплоченности американского народа: “Today we do more than celebrate America. We rededicate ourselves to the very idea of America, an idea born in revolution and renewed through two centuries of challenge; an idea tempered by the knowledge that, but for fate, we, the fortunate, and the unfortunate might have been each other; an idea ennobled by the faith that our Nation can summon from its myriad diversity the deepest measure of unity; an idea infused with the conviction that America's long, heroic journey must go forever upward”<sup>85</sup>.

Темы американской гражданской религии в полной мере прослеживаются в речах Б. Обамы. В своей номинационной речи в июне 2008 г. он подчеркивал, что ни религиозные ни политические разногласия не могут расколоть страну, поскольку граждане Америки – это в первую очередь американцы: “But what you don’t deserve is another election that’s governed by fear, and innuendo, and division. What you won’t hear from this campaign or this Party is the kind of politics that uses religion as a wedge and patriotism as a bludgeon. What you won’t see from this campaign or this Party is a politics that sees our opponents not as competitors to challenge, but enemies to polarize, because we may call ourselves Democrats and Republicans, but we are Americans first. We are always Americans first”<sup>86</sup>.

В своей инаугурационной речи 2009 г. он говорил о том, что американский народ благославлен милостью Божьей, имея ввиду дар свободы, данный ему свыше: “America: In the face of our common dangers, in this winter of our hardship, let us remember these timeless words. With hope and virtue, let us brave once more the icy currents, and endure what storms may come. Let it be said by our children's children that when we were tested we refused to let this journey end, that we did not turn back nor did we falter; and with eyes fixed on the horizon and

God's grace upon us, we carried forth that great gift of freedom and delivered it safely to future generations”<sup>87</sup>.

В инаугурационной речи 2013 г., как отмечалось выше, Б. Обама уже открыто говорил об исключительности американской нации, которой предначертано сохранить веру Отцов основателей. Эту же идею он развивал и в последующих своих речах. В ежегодном «Послании о положении страны» 2015 г. он говорил: “Looking to the future instead of the past, making sure we match our power with diplomacy and use force wisely. Building coalitions to meet new challenges and opportunities. Leading always with the example of our values. That’s what makes us exceptional. That’s what keeps us strong. And that’s why we have to keep striving to hold ourselves to the highest of standards: our own”<sup>88</sup>.

Однако то, что американцы, как сказал А. Линкольн, «почти избранный народ» (“almost chosen people”) (Bellah 1967; Белла 2014), не означает, что на практике в американском обществе всегда торжествуют провозглашенные принципы и ценности. Как замечает В. Бисли, тот факт, что национальная идентичность американцев основывается на общности убеждений в контексте гражданской религии, имеет с точки зрения обеспечения национального единства не только положительную, но и отрицательную стороны. С одной стороны, это дает политикам возможность исключать из состава национальной общности тех, кто, по их мнению, противоречит постулатам гражданской религии, как, например, это сделала Х. Клинтон в своей характеристике сторонников Д. Трампа. С другой стороны, всякое обсуждение имеющихся различий, в том числе социально-экономических, этнических, гендерных, религиозных и т.д., таит в себе скрытую опасность подрыва единства общества, основанного на общности верований и убеждений (Beasley 2011: 5).

Одним из ярких примеров этого явилась президентская кампания 2016 г., продемонстрировавшая наличие серьезного раскола в американском обществе. Так, Д. Трамп, выступая 21 июля 2016 г. на съезде республиканской партии в связи со своей номинацией на пост президента страны, заявил, что американская нация переживает

кризис и обвинил действующего президента Б.Обаму в расколе нации: “The irresponsible rhetoric of our President, who has used the pulpit of the presidency to divide us by race and color, has made America a more dangerous environment for everyone than frankly I have ever seen and anybody in this room has ever watched or seen”<sup>89</sup>.

В подтверждение сказанного он указал на серию террористических актов, прокатившихся по американским городам незадолго до этого и неспособность властей обеспечить безопасность американских граждан. Заявив, что он отвергает всякую политкорректность, он пообещал говорить только правду, вместо корпоративного спина, искусно скроенной лжи и медийных мифов, любителям которых он посоветовал отправиться на съезд демократической партии: “It is finally time for a straightforward assessment of the state of our nation. I will present the facts plainly and honestly. We cannot afford to be so politically correct anymore. So if you want to hear the corporate spin, the carefully crafted lies, and the media myths – the Democrats are holding their convention next week. Go there. But here, at our convention, there will be no lies. We will honor the American people with the truth, and nothing else”.

Главное отличие его программы от программы демократической партии он назвал стремление поставить во главу угла своей политики в первую очередь интересы Америки, интересы ее собственного народа, одним словом – американизм, а не глобализм: “The most important difference between our plan and that of our opponent, is that our plan will put America first. Americanism, not globalism, will be our credo. As long as we are led by politicians who will not put America first, then we can be assured that other nations will not treat America with respect, the respect that we deserve. The American people will come first once again” (Там же).

Обещая в первую очередь заняться решением вопросов, существующих внутри страны, Д.Трамп позиционировал себя как защитника забытых мужчин и женщин, имея ввиду все сокращающийся от нехватки рабочих мест средний класс – усердных труженников, не имеющих голоса в стране, и назвал себя



«их голосом», выразителем их интересов: “Every day I wake up determined to deliver a better life for the people all across this nation that have been ignored, neglected and abandoned. I have visited the laid-off factory workers, and the communities crushed by our horrible and unfair trade deals. These are the forgotten men and women of our country, and they are forgotten, but they’re not going to be forgotten long. These are people who work hard but no longer have a voice. I am your voice” (Там же). При этом Д.Трамп стремился создать образ делового, энергичного, компетентного и активного человека, готового без промедлений и быстро решать существующие проблемы (слова *fast, quickly right now* были произнесены им 8 раз в контексте выполнения своих предвыборных обещаний).

Постоянно представляя себя защитником простых людей, которые не могут защитить себя, Д.Трамп указывал, что, в противоположность слогану Х.Клинтон «Готовы к Хиллари» (“Ready for Hillary”), который выражал готовность избирателей поддержать Х.Клинтон, он сам готов поддержать американский народ: “My opponent asks her supporters to recite a three-word loyalty pledge. It reads: “I’m With Her”. I choose to recite a different pledge. My pledge reads: “I’M WITH YOU – THE AMERICAN PEOPLE.” I am your voice.

So to every parent who dreams for their child, and every child who dreams for their future, I say these words to you tonight: I’m With You, and I will fight for you, and I will win for you” (Там же).

Саму Х.Клинтон он назвал представительницей интересов финансово-промышленных кругов и марионеткой в их руках: “My plan will begin with safety at home – which means safe neighborhoods, secure borders, and protection from terrorism. There can be no prosperity without law and order. On the economy, I will outline reforms to add millions of new jobs and trillions in new wealth that can be used to rebuild America. A number of these reforms that I will outline tonight will be opposed by some of our nation’s most powerful special interests.

That is because these interests have rigged our political and economic system for their exclusive benefit. Believe me, it's for their

benefit. Big business, elite media and major donors are lining up behind the campaign of my opponent because they know she will keep our rigged system in place. They are throwing money at her because they have total control over everything she does.

She is their puppet, and they pull the strings. That is why Hillary Clinton's message is that things will never change. Never, ever! My message is that things have to change – and they have to change right now. Every day I wake up determined to deliver for the people I have met all across this nation that have been ignored, neglected and abandoned” (Там же).

Как видим, кандидаты в президенты особенно не заботились о поддержке лица своего оппонента, причем это относится к обоим кандидатам. Во время президентских теледебатов Х. Клинтон назвала Д. Трампа марионеткой в руках президента России В. Путина, а его поведение – расистским<sup>90</sup>. Д. Трамп, со своей стороны, пообещал, в случае победы на выборах, назначить специальное расследовани по нарушениям Х. Клинтон и даже засадить ее в тюрьму<sup>91</sup>.

Несомненно, что многое из сказанного было частью большого политического шоу, в которые обычно выливаются президентские кампании в США, и что многое из сказанного, по канонам предвыборной риторики, быстро забывается, однако симптоматичен сам факт усиливающейся агрессивности американского политического дискурса. И действительно, характерная для политического дискурса агонистичность в ходе президентской кампании 2016 г. порой зашкаливала. Х. Клинтон обвиняла Д. Трампа в том, что его риторика сеет страх, рознь и разногласия, обещала бороться с ней, откуда бы она ни исходила (“And we will stand up against mean and divisive rhetoric wherever it comes from”), говорила, что Д. Трамп не подходит на должность президента, в том числе и по качествам свего темперамента (“Donald Trump is simply temperamentally unfit to be president of the United States”; “I said starting back in June that he was not fit to be president

and commander-in-chief. And many Republicans and independents have said the same thing”), что его слова лишь пустые обещания (“Donald Trump's not offering real change. He's offering empty promises”) и т.д.<sup>92</sup>. Свою же программу она представляла как программу, направленную на объединение, а не разобщение людей, и напоминала, что американцы всегда решали стоящие перед страной задачи совместными усилиями, хотя и признавала, что на данном этапе сделать это будет достаточно сложно: “Every generation of Americans has come together to make our country freer, fairer, and stronger. None of us can do it alone. I know that at a time when so much seems to be pulling us apart, it can be hard to imagine how we'll ever pull together again. But I'm here to tell you tonight – progress is possible”<sup>93</sup>.

Симптоматично, что, критикуя заявления Д. Трампа о том, что лишь он один может решить проблемы, стоящие перед страной, Х. Клинтон делала упор на «нашу веру» (“our faith”), которая, по ее словам, в отличие от единоличного подхода Д. Трампа, предполагает коллективное руководство: “And most of all, don't believe anyone who says: “I alone can fix it.” Those were actually Donald Trump's words in Cleveland. And they should set off alarm bells for all of us. Really? “I alone can fix it?” Isn't he forgetting troops on the front lines, police officers and fire fighters who run toward danger, doctors and nurses who care for us, teachers who change lives? Entrepreneurs who see possibilities in every problem? Mothers who lost children to violence and are building a movement to keep other kids safe? He's forgetting every last one of us. Americans don't say: “I alone can fix it.” We say: “We'll fix it together.”

Remember: Our Founders fought a revolution and wrote a Constitution so America would never be a nation where one person had all the power. Two hundred and forty years later, we still put our faith in each other.” (Там же).

С самого начала президентской кампании Х. Клинтон позиционировала себя в качестве активного борца за интересы американского народа, а один из ее слоганов гласил «Fighting for

us!» («Борьба ради нас!»)). В своем первом предвыборном выступлении Х. Клинтон заявила, что она собирается вести эту борьбу на четыре фронта (Four Fights): “ If you’ll give me the chance, I’ll wage and win Four Fights for you. The first is to make the economy work for everyday Americans, not just those at the top. To make the middle class mean something again, with rising incomes and broader horizons. And to give the poor a chance to work their way into it. Now, the second fight is to strengthen America’s families, because when our families are strong, America is strong. And today’s families face new and unique pressures. Parents need more support and flexibility to do their job at work and at home... So we have a third fight: to harness all of America’s power, smarts, and values to maintain our leadership for peace, security, and prosperity. No other country on Earth is better positioned to thrive in the 21st century. No other country is better equipped to meet traditional threats from countries like Russia, North Korea, and Iran – and to deal with the rise of new powers like China. No other country is better prepared to meet emerging threats from cyber attacks, transnational terror networks like ISIS, and diseases that spread across oceans and continents. As your President, I’ll do whatever it takes to keep Americans safe... And we all know that in order to be strong in the world, though, we first have to be strong at home. That’s why we have to win the fourth fight – reforming our government and revitalizing our democracy so that it works for everyday Americans”<sup>94</sup>.

Уже первая предвыборная речь Х. Клинтон, как и ее последующие речи, отличалась откровенной конфронтационностью и постоянными призывами к борьбе. В ней даже были указаны противники, с кем у Х. Клинтон уже был опыт такой борьбы: “ I’ve stood up to adversaries like Putin and reinforced allies like Israel. I was in the Situation Room on the day we got bin Laden” («Я уже противостояла таким противникам, как Путин, и оказывала поддержку союзникам, вроде Израиля. Я сидела в зале экстренных ситуаций Белого дома в тот день, когда мы брали бен Ладена).

Аллюзивность речи Х. Клинтон имела свой подтекст, в том числе и в плане выбора места выступления. Выступая на Рузвельт-

айлэнд в мемориальном парке в честь 32-го президента США Франклина Делано Рузвельта, она прямо апеллировала к его наследию, в частности к «четырем свободам» – ценностям, провозглашенным Ф. Д. Рузвельтом в ежегодном обращении к Конгрессу 6 января 1941 года. Они касались права на свободу слова, свободу вероисповедования, свободу от нужды и свободу от страха (freedom of speech, freedom of worship, freedom from want, freedom from fear) и, согласно Ф. Д. Рузвельту, являлись теми четырьмя фундаментальными свободами, которыми должны пользоваться люди во всем мире. Последние два принципа были новыми по сравнению с принципами, изложенными в американской конституции и явились одним из оснований для вступления США во вторую мировую войну в конце того же года. Хотя Х.Клинтон признала, что сейчас не 1941 г., она подчеркнула, что «работа еще не завершена», и что сейчас перед Америкой стоят новые вызовы как внутри страны, так и зарубежом и эти вызовы требуют ведения борьбы на четыре фронта (отсюда «Four Fights» по аналогии с «Four Freedoms»): “You know, President Roosevelt’s Four Freedoms are a testament to our nation’s unmatched aspirations and a reminder of our unfinished work at home and abroad”<sup>95</sup>.

Попытки демонизации России – на внешнем фронте и Д. Трампа – на внутреннем (в своей номинационной речи на конвенте демократической партии Х. Клинтон произнесла имя Д. Трампа 23 раза (для сравнения отметим, что в номинационной речи Дж.Кеннеди имя его оппонента Р. Никсона было произнесено 4 раза), что по частотности уступало лишь таким словам как people (37 упоминаний), America (27 упоминаний) и country (25 упоминаний), с одной стороны, и постоянные призывы к борьбе (в своей номинационной речи Х. Клинтон произнесла слово “fight” 7 раз, а Д. Трамп в своей номинационной речи произнес это слово 1 раз), показали избирателям, судя по результатам выборов, чересчур конфронтационными, особенно на фоне обещанной Д.Трампом быстрой и легкой победы, залогом которой мог служить его собственный имидж успешного бизнесмена-миллиардера.

Говоря об американских ценностях и убеждениях, разделяемых большинством американского общества и делающих их единой нацией, исследователи обычно называют пакет либеральных ценностей, включающий такие концепты как свобода (liberty), эгалитаризм (egalitarianism), индивидуализм (individualism), популизм (populism), невмешательство правительства в дела частных лиц (laissez-faire). Этот список может быть дополнен и другими концептами и ценностями, которые постоянно упоминаются в американском политическом дискурсе. Так, например, Х. Клинтон, выступая на съезде демократической партии по поводу своей номинации на пост президента страны, в качестве «наиболее постоянных» ценностей, ассоциируемых с Америкой и американцами, назвала свободу, равенство, справедливость и равенство возможностей: “We have ... the most enduring values: Freedom, equality, justice and opportunity. We should be so proud that those words are associated with us. That when people hear them – they hear... America”<sup>96</sup>.

Использование в речи, в данном случае в политическом дискурсе, характерных для данной лингвокультурной общности понятий и концептов способствует усилению ее воздействующей и убеждающей функции. Однако следует учитывать, что основные американские ценности не ограничиваются вышеуказанными либеральными идеями. Американские ценности состоят также из республиканских традиционных идей, которые не сводятся, а порой и противоречат локковскому либерализму, привнесённому на американскую почву европейскими эмигрантами. В рассматриваемом контексте наиболее важными являются такие традиционные республиканские ценности и принципы как любовь к родине (country), законопослушность, служение общественным интересам и патриотизм (public spirit), любовь к свободе и готовность жертвовать собой во имя общего блага. Хотя в этой модели наблюдается отход от характерной для либеральной модели доминантной роли индивидуализма и делается упор на «консолидированной нации» (“a consolidated nation”), в которой

интересы целого (народа) превалируют над интересами частного (индивида), философия республиканизма, как отмечает В. Бисли, также подчеркивает необходимость существования определенных идей, которые разделялись и принимались бы гражданами (Beasley 2011: 33-34). Тем не менее ни либеральные идеи, ни идеи республиканцев в отдельности не могут выражать гражданскую идентичность американцев, которая на самом деле является конгломератом как либеральных, так и республиканских идей, используемых в различных сочетаниях в зависимости от обстоятельств (Beasley 2011: 33-34). Так, в разное время разные американские президенты в своих речах поощряли терпимость, и в то же время бывали случаи, когда они же вводили ограничения на въезд иммигрантов (Beasley 2011: 16).

Частотный анализ речей Х. Клинтон и Д. Трампа во время президентской кампании 2016 г. показал наличие определенных различий в риторике Х. Клинтон по сравнению с риторикой Д. Трампа, например, большее упоминание «идеонациональных» (ideonational) понятий и объектов у Х. Клинтон и меньшее у Д. Трампа, который делал больший упор на характерный для американцев прагматизм. Тем не менее, несмотря на наличие различий в риторике кандидатов на пост президента, наиболее частотными в риторике обоих кандидатов оказывались одни и те же слова и стоящие за ними концепты. Например, в номинационной речи Д. Трампа наиболее частотными были слова *country* (40), *America* (33), *American* (26), *people* (26), *great* (20); в номинационной речи Х. Клинтон – *people* (36), *America* (27), *country* (25).

Говоря о национальной специфике американского политического дискурса можно заключить, что хотя большинство политических лидеров, как и средств массовой информации придерживаются либеральной идеологии, традиционные консервативные ценности продолжают играть существенную роль в американском политическом дискурсе и в американском обществе в целом. В речах американских президентов и кандидатов в президенты можно найти достаточно примеров, подтверждающих

их приверженность как либеральным, так и консервативным ценностям, из которых основными являются свобода, равенство, демократия, частная собственность, патриотизм, чувство национальной сплоченности и исключительности США. Используемые в речах американских политиков многочисленные ссылки на прецедентные тексты, а также апелляции к историческим и общественно-политическим реалиям служат средством именно выражения национальных ценностей.

Одной из главных черт, характерных для риторики американских президентов, – это стремление обеспечить объединение нации на идейной основе. Отмечая, что президенты США придают большое значение идеи в жизни общества, М.В. Гаврилова приводит цитату из инаугурационной речи Р. Никсона о том, что «желающие повлиять на других делают это силой своих идей, а не силой оружия» (Гаврилова 2005 : 16) ( “those who would influence others will do so by the strength of their ideas and not by the force of their arms”)<sup>97</sup>. Хотя Р. Никсон говорил это в контексте необходимости сокращения гонки вооружений на мировой арене, это высказывание вполне приемлемо и для понимания политики американских лидеров внутри страны, в частности политики по обеспечению национальной сплоченности американского общества.

Таким образом, можно заключить, что американцы продолжают сохранять свою национально-политическую консолидацию и идентичность благодаря приверженности определенным идеям, взглядам и убеждениям, которые разделяются большинством общества и постоянно упоминаются политическими руководителями в их публичных выступлениях. Это не только позволяет консолидировать общество, но и обеспечивает большую эффективность главной функции политической коммуникации – функции воздействия и убеждения. В то же время реальное положение дел в мире и внутри страны, входящее в противоречие с провозглашенными национально-культурными принципами и постулатами (ослабление лидирующей роли Америки в мире, использование двойных стандартов, в том числе выборочное



отношение к праву народов на свободу и самоопределение, наличие социально-экономического неравенства при провозглашении принципов равенства возможностей, антитолерантность по отношению к определенным группам населения, в том числе иммигрантам и т.д., при провозглашении принципа толерантности) находит отражение в политическом дискурсе, приобретающим все большую агональность и конфронтационность.

### **Выводы по главе 3**

Многие проблемы межкультурного взаимодействия напрямую связаны с темой когнитивного сознания и национальной когнитивной картины мира. Различия в национальных менталитетах не только обуславливают различия в восприятии действительности, но и во многом определяют свойственные этносам и их отдельным представителям модели поведения, в том числе речевого. В этой связи изучение менталитетов разных народов приобретает первостепенное значение с точки зрения необходимости повышения эффективности межкультурного общения, предотвращения сбоев в процессе межкультурной коммуникации.

Одним из способов изучения ментальности через языковые репрезентации мыслительных процессов является описание концептов, понимаемых как сгустки наших знаний, прошедших через призму чувств. Наиболее ярко отличие этнических менталитетов демонстрируют этноспецифические, лакунные концепты, специфика которых особенно ярко проявляется при попытке их перевода на другой язык. Однако, не менее, если не более важным является изучение универсальных концептов, связанных с реалиями повседневной жизни и позволяющих, тем самым проследить как базовые ценности этноса сопрягаются с ценностями отдельной личности.

Особое внимание следует уделить тем концептам, которые представляют собой своеобразные коды – ключи к пониманию

ценностей данной культуры, условий жизни людей, стереотипов их поведения. Эти ключевые концепты раскрывают ценностные приоритеты культуры, зафиксированные в значениях слов, устойчивых выражений, прецедентных текстов, в стереотипах поведения. Для англоязычной лингвокультуры таковыми являются концепты “freedom”, “equality”, “home”, “family”, “self”, “privacy”, “challenge”, “efficiency”, “dignity” и др.. Каждый из них выполняет функцию культурного кода в коммуникации, в том числе политической.

Изучение национальной ментальности и национальных концептов может проводиться на разном лингвистическом материале. Большой потенциал с этой точки зрения имеет изучение в когнитивном аспекте пословиц и поговорок, так как они в концентрированной форме отражают коллективный взгляд и отношение народа к окружающему миру, выявляют особенности его мировосприятия и ценностные ориентации, являются культурными кодами коммуникативного поведения.

Ценности служат отправной точкой для оценки явлений действительности, при этом в зависимости от ценностных доминант люди по-разному могут оценивать одни и те же явления действительности. Так, оценка действительности, явлений или конкретных фактов со стороны людей, для которых первостепенную роль играют духовные ценности, может не совпадать с соответствующей оценкой со стороны той группы людей, для которых доминирующими являются как раз материальные ценности.

Ценности влияют также на мотив деятельности. Как и в случае с оценкой, ценностные доминанты представляют собой ориентиры поведения, влияющие на то, какие мотивы и соответствующие им потребности и виды деятельности являются наиболее важными в жизни людей. Понятие о ценностях можно определить как сформировавшиеся на основе жизненного опыта человека высшие ориентиры поведения, которыми он руководствуется при оценивании свойств субъектов и объектов окружающей действительности, определении значимости этих

свойств, а также при выборе путей достижения своих целей. Ценостные ориентиры и приоритеты играют важную роль в политической коммуникации, позволяют выявить и понять ее истинные цели и намерения.

Использование в речи, в данном случае в политическом дискурсе, в том числе политическими руководителями в их публичных выступлениях, характерных для данной лингвокультурной общности понятий, концептов, убеждений, культурных кодов и символов не только позволяет консолидировать общество, но и обеспечивает большую эффективность главной функции политической коммуникации – функции воздействия и убеждения.

Набор мифологем (прецедентных текстов, высказываний и имен) в каждой лингвокультуре всегда национально специфичен. Наиболее ярко это проявляется в базовых мифах, например, в мифе о мессианстве Америки. Для политической коммуникации характерно использование большого количества политических реалий, которые также могут иметь различную национально-культурную специфику. Национальная специфика ряда политических реалий, равно как и базовых концептов, категорий и ценностей требует наличия фоновых знаний и культурной грамотности для избегания коммуникативных ошибок.

## ПРИМЕЧАНИЯ

---

1 Особого внимания заслуживают работы А.А. Зализняк., И.Б. Левонтина, А.Д. Шмелева, которые на основе тщательного лексико-семантического анализа выявили ключевые идеи, или сквозные мотивы, характерные для русской языковой картины мира. Таковыми являются, в частности, следующие (в скобках указаны слова и выражения русского языка, в которых они отражены):

Идея непредсказуемости мира (а вдруг, на всякий случай, если что, авось; собираюсь, постараюсь; угораздило; добираться; счастье);

Представление, что главное – это собраться (чтобы что-то сделать, необходимо мобилизовать свои внутренние ресурсы, а это трудно) (собраться, заодно);

---

Представление о том, что для того чтобы человеку было хорошо внутри, ему необходимо большое пространство снаружи; однако если это пространство необжитое, то это тоже создает внутренний дискомфорт (удаль, воля, раздолье, размах, ширь, широта души, маяться, неприкаянный, добираться);

Внимание к нюансам человеческих отношений (общение, отношения, попрек, обида, родной, разлука, соскучиться);

Идея справедливости (справедливость, правда, обида);

Оппозиция «высокое – низкое» (быт – бытие, истина – правда, долг – обязанность, добро – благо, радость – удовольствие; счастье).

Идея, что хорошо, когда другие люди знают, что человек чувствует (искренний, хохотать, душа нараспашку).

Идея, что плохо, когда человек действует из соображений практической выгоды (расчетливый, мелочный, удаль, размах)(Зализняк, Левонтина., Шмелев 2005: 11).

<sup>2</sup> Согласно В.В.Красных, каждый человек говорящий обладает индивидуальным когнитивным пространством (ИКП), набором коллективных когнитивных пространств (ККП) тех социумов, в которые он входит, и когнитивной базой (КБ) того национально-лингвокультурного сообщества, членом которого он является. ИКП, ККП и КБ непосредственно влияют на процесс коммуникации.

КП-ва и КБ формируются когнитивными структурами, понимаемыми как содержательная форма кодирования и хранения информации. Когнитивные структуры самым непосредственным образом участвуют в формировании как языковой картины мира, так и концептуальной, образной картины мира (Красных 2000: 43).

<sup>3</sup> Ученые, занимающиеся проблемой языкового сознания и языковой коммуникации, приходят к выводу, что исследование отдельных языковых и речевых единиц для выявления этнически своеобразного в языке весьма ограничено. Сегодня ученые продолжают считать труднообъяснимыми причины расхождений в категоризации действительности в таких хрестоматийных примерах, как «рука» – “hand, arm” или «нога» – “foot, leg, где русский видит один предмет, а англичанин – два (Грушевицкая, Попков, Садохин 2003: 161). Такая же разница в дифференциации наблюдается в русском и армянском языках: «рука» – ձեռք, բիզուկ, «нога» – ոտք, արմուկ.

<sup>4</sup> Иное значение придают понятию дом (home), например, представители племени томалитли (Tomalithli) североамериканских индейцев. Как отмечает С.Тинг-Туми, для них это не просто место жительства семьи или отдельного человека, это место их рождения, их идентичность, место, где они «всегда были и будут вместе с душами их родственников – бывших,

---

нынешних и будущих» (Ting-Toomey 1999: 12). Как справедливо отмечает С.Тинг-Туми, чтобы понять культуру, надо знать на глубинном уровне ценности и значения ее основных символов, в том числе лингвистических (Ibidem).

<sup>5</sup> <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

<sup>6</sup> Ссылку на такую историческую реалию содержит идея Армении от моря до моря (Օրվից ծով շրջափակ), которая подразумевает восстановление территориальной целостности исторической Армении.

<sup>7</sup> <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=14473>

<sup>8</sup> URL:<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=14473>;

URL:<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=8032>;

URL:<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=43130>;

URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/03/20/statement-president-ukraine>;

URL:[https://www.washingtonpost.com/world/transcript-president-obama-gives-speech-addressing-europe-russia-on-march-26/2014/03/26/07ae80ae-b503-11e3-b899-20667de76985\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/world/transcript-president-obama-gives-speech-addressing-europe-russia-on-march-26/2014/03/26/07ae80ae-b503-11e3-b899-20667de76985_story.html)

<sup>9</sup> URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/jfk1960dnc.htm>

<sup>10</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=4141>

<sup>11</sup> URL: [www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=25970](http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=25970)

<sup>12</sup> <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=43130>

<sup>13</sup> <http://www.americanrhetoric.com/speeches/convention2004/georgewbush2004mc.htm>

<sup>14</sup> URL:[https://www.washingtonpost.com/politics/decision2012/president-obamas-acceptance-speech-full-transcript/2012/11/07/ae133e44-28a5-11e2-96b6-8e6a7524553f\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/decision2012/president-obamas-acceptance-speech-full-transcript/2012/11/07/ae133e44-28a5-11e2-96b6-8e6a7524553f_story.html)

<sup>15</sup> В последнее время все более широкое распространение получает понятие «языковое сознание», оно используется лингвистами, психологами, культурологами, этнографами и др. Причем понятия сознания и языкового сознания в лингвистике и психолингвистике, а также в культурологии до сих пор часто употребляются недифференцировано, нередко как синонимы (Язык и сознание: парадоксальная рациональность. М., 1993). В настоящее время такой подход уже остался в прошлом, и многие исследователи указывают, что между сознанием и языковым сознанием нельзя ставить знак равенства. В 2000 году Е.Ф. Тарасов уже дифференцирует сознание и языковое сознание, определяя последнее как "совокупность образов сознания, формируемых и овнешняемых с помощью языковых средств – слов, свободных и устойчивых словосочетаний, предложений, текстов и ассоциативных полей (Языковое сознание и образ мира 2000, с. 26).

Однако, как замечает И. А. Стернин, в данном определении совмещены два аспекта – формирование сознания и его овнешнение, что далеко не одно и

---

то же. Сознание в онтогенезе и филогенезе формируется при участии языка, знаки которого служат материальными опорами обобщения в процессе образования концептов в сознании, однако само сознание в языке для функционирования не нуждается, осуществляется на универсальном предметном коде (Н.И. Жинкин, И.Н. Горелов). Что касается овнешнения сознания языком, то язык в этом случае обеспечивает возможность обмена информацией в обществе и делает содержание сознания доступным для наблюдения, но факт овнешнения сознания языком в целях коммуникации не может свидетельствовать о наличии некоторого особого языкового сознания – овнешняется когнитивное сознание, которое не приобретает при этом какого-либо особого «языкового» статуса. (Стернин, 2002).

Как отмечает И. А. Стернин, в лингвистике и психолингвистике до сих пор не терминологизированы психические механизмы речи, обеспечивающие речевую деятельность человека, совокупность знаний человека о своем языке. Между тем, именно эти механизмы и знания представляют собой языковое сознание человека, т.е. правила употребления языка, нормы, упорядоченность языка в сознании и т.д., что в принципе и изучала традиционная лингвистика.

На современном этапе, когда складывается новое коммуникативное, антропоцентрическое направление в лингвистике, возник закономерный интерес к языку, функционирующему в реальной коммуникации, в тесной связи с носителем языка. Проявлением этого явились исследования в области психических механизмов языка и коммуникации – ассоциативно-вербальных сетей (Караулов), ассоциативных полей и др.

Языковое сознание изучается экспериментально, в частности, при помощи ассоциативного эксперимента – он позволяет реконструировать различные связи языковых единиц в сознании и выявить характер их взаимодействия в различных процессах понимания, хранения и порождения речевых произведений, а также с использованием многочисленных других экспериментальных методов.

Концепт языковое сознание, как отмечает Н.В.Уфимцева, используется для изучения или моделирования языковой картины мира и является синонимом психологического концепта «образа мира». Другими словами ассоциативный тезаурус представляет собой модель человеческого сознания, а построенная таким образом сеть ассоциативных связей вербальных единиц может быть рассмотрена в качестве модели языковой картины мира носителя языка и культуры (Уфимцева 2002).

<sup>16</sup> URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp?CMSID=Findings>

<sup>17</sup> URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp?CMSID=Findings>

<sup>18</sup> <http://www.worldvaluessurvey.org>

<sup>19</sup> <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/01/21/inaugural-address-president-barack-obama>

---

<sup>20</sup> URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>

<sup>21</sup> URL: <http://obamaspeeches.com/094-A-Way-Forward-in-Iraq-Obama-Speech.htm>

<sup>22</sup> URL: [https://www.washingtonpost.com/politics/decision2012/president-obamas-acceptance-speech-full-transcript/2012/11/07/ae133e44-28a5-11e2-96b6-8e6a7524553f\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/decision2012/president-obamas-acceptance-speech-full-transcript/2012/11/07/ae133e44-28a5-11e2-96b6-8e6a7524553f_story.html)

<sup>23</sup> URL: [http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/11/05/AR2008110500013\\_5.html](http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/11/05/AR2008110500013_5.html)

<sup>24</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=46366>

<sup>25</sup> URL” <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=25970>

<sup>26</sup> <http://www.americanrhetoric.com/speeches/convention2004/georgewbush2004mc.htm>

<sup>27</sup> URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/eu/9820230/David-Camersons-EU-speech-in-full.html>

<sup>28</sup> <http://presidentialrhetoric.com/historicspeeches/washington/first-inaugural.html>

<sup>29</sup> Приведем пример из «Современной комедии» Дж. Голсуорси: Fleur took the baby out of its nest.

“This creature doesn't bite. Look – two teeth, but they don't antagonize – isn't that how you put it?”

“What is its name?”

“Kit–for Christopher. We agreed about its name luckily”.

Если относительно к ребенку используется местоимение *it*, то касательно любимой собаки используется местоимение *he/she*:

“Don't you think it's rather touching the way this dog watches my baby? He's got the most terrific jaw!”

“What kind of dog is he?”

“A Dandie Dinmont. We did have a Пеке (китайская собачка – С.А.). It was a terrible tragedy. He would go after cats, and one day he struck a fighting Tom, and got clawed over both eyes – quite blinded and so ---”

The young man saw her eyes suddenly too bright. He made a soft noise, and said gently: “That was too bad”.

“I had to change this room completely. It used to be Chinese. It reminded me too much”.

В отличие от своего ребенка, применительно к Биг-Бену – часам на парламентской башне – Флер использует местоимение мужского рода для одушевленных предметов “*he*”, в чем находит выражение уважение англичан к властным структурам:

---

“Pardon me, but is that the Parliament clock that chimes so loud?”

“Big Ben – yes. He marks time for them” (MPs – С.А.).

<sup>30</sup> URL: <http://dic.academic.ru/searchall.php?SWord=речевая+тактика&from=xx&to=ru&did=sociolinguistics&stypе=>

<sup>31</sup> Аналогичные идеи можно встретить и в художественной литературе. В следующем отрывке из «Современной комедии» Дж. Голсуорси, в котором описываются мысли Майкла Монта о своей стране, содержится целый ряд связанных с природой культурно-специфических концептов, которые символизируют Англию: “He stared at the towers of Westminster, with the setting sun behind them. And there started up before him the thousand familiars of his past—trees, fields and streams, towers, churches, bridges; the English breeds of beasts, the singing birds, the owls, the jays and rooks at Lippinghall, the little differences from foreign sorts in shrub, flower, lichen, and winged life; the English scents, the English haze, the English grass; the eggs and bacon; the slow good humour, the moderation and the pluck; the smell of rain; the apple-blossom, the heather, and the sea. His country, and his breed – unspoilable at heart!”

<sup>32</sup> Примерами этого является наличие большого количества евро-скептиков (euro-sceptics) в Британии по поводу членства страны в Европейском союзе, нежелание переходить на единую европейскую валют, и т.д.

<sup>33</sup> URL: [dictionary.cambridge.org/dictionary/English/take-your-time](http://dictionary.cambridge.org/dictionary/English/take-your-time)

<sup>34</sup> URL: <http://tutorblog.ru/metodika-prepodavaniya/audirovanie-2/kak-uluchshit-ponimanie-anglijskoj-rechi.html/>

<sup>35</sup> [http://ped\\_recheved.academic.ru/245/Темп\\_речи](http://ped_recheved.academic.ru/245/Темп_речи)

<sup>36</sup> См.: Национально-культурная специфика речевого общения народов СССР. М.: Изд-во Наука, 1982, с.100-101.

<sup>37</sup> Вот как характеризовал Америку герой трилогии «Современная комедия» Дж.Голсуорси Сомс Форсайт, после ее посещения в середине 20-х гг. XX столетия: “Nothing in America had struck Soames so much as the lack of privacy. If you wanted to be private you had to disconnect your telephone and get into a bath – otherwise they rang you up just as you were going to sleep, to ask if you were Mr. and Mrs. Newberg. The houses, too, were not divided from each other, nor even from the roads. In the hotels the rooms all ran into each other, and as likely as not there'd be a drove of bankers in the hall. Dinner too – nothing private about that; even if you went out to dinner, it was always the same: lobster-cocktails, shad, turkey, asparagus, salad, and ice-cream; very good dishes, no doubt, and you put on weight, but nothing private about them” («Ничто в Америке не поразило Сомса так сильно, как отсутствие обособленности и чувства дома. Чтобы остаться в одиночестве, нужно выключить телефон и залезть в ванну – иначе непременно позвонят, как раз когда собираешься ложиться спать, и спросят, не вы ли мистер и миссис



---

Ньюберг. И дома не отделены друг от друга и от улицы. В отелях все комнаты сообщаются, в вестибюле – неизбежная стая банкиров. А обеды – ничего в них домашнего; даже если обедаешь в гостях, всегда одно и то же: омары, индейка, спаржа, салат и сливочное мороженое; конечно, блюда все хорошие и в весе прибавляешь – но ничего домашнего» (перевод Р. Райт). То же отсутствие обособленности и чувства дома (privacy) имеет ввиду Дж. Голсуорси, когда он описывает гостиную в американской гостинице, где он увидел Ирэн, играющую на рояле: “Three pillars, with spaces between them, divided the salon from the corridor, avoiding what Soames so missed in America – the fourth wall”. («Три колонны отделяли гостиную от коридора, заменяя собою то, чего так недоставало Сомсу в Америке, – четвертую стену»). Совершенно очевидно, что концепт «дом» с его составными фреймами и слогатами у Дж.Голсуорси ассоциируются с более широким понятием страны, и в этом смысле помимо современной Америки, с ее сутолокой и толкотней, Сомс видел и другую, более близкую ему Америку, например. Америку времен Джорджа Вашингтона, белый двухэтажный усадебный дом которого в Маунт-Верноне на берегу реки Потомак, более внушительной, по его же признанию, чем сама Темза, вызывал у него совершенно другие чувства: “And the low white house up here, dignified and private, indeed, except for the trippers, almost English, giving him a feeling he had not had since he left home. He could imagine that fellow George Washington being very fond of it”.

<sup>38</sup> URL: <http://nssarchive.usnational-security-strategy-2015>

<sup>39</sup> URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/power>

<sup>40</sup> URL: <http://www.eat.rl.ac.uk>

<sup>41</sup> URL: <http://www.thesaurus.ru>

<sup>42</sup> URL: <http://www.thesaurus.ru>

<sup>43</sup> URL: <http://www.eat.rl.ac.uk>

<sup>44</sup> URL: <http://www.thesaurus.ru>

<sup>45</sup> URL: <http://blogs.spectator.co.uk/2015/10/full-text-david-camerons-2015-conservative-conference-speech/>

<sup>46</sup> URL: <http://www.newstatesman.com/politics/staggers/2015/09/jeremy-corbys-labour-party-conference-speech-2015-full-text>

<sup>47</sup> <http://blogs.spectator.co.uk/2015/10/full-text-david-camerons-2015-conservative-conference-speech/>

<sup>48</sup> URL: <http://www.dailymail.co.uk/debate/article-2658171/DAVID-CAMERON-British-values-arent-optional-theyre-vital-Thats-I-promote-EVERY-school-As-row-rages-Trojan-Horse-takeover-classrooms-Prime-Minister-delivers-uncompromising-pledge.html>

<sup>49</sup> URL: <http://www.newstatesman.com/blogs/the-staggers/2011/02/terrorism-islam-ideology>

<sup>50</sup> URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/david-cameron->

---

extremism-speech-read-the-transcript-in-full-10401948.html

<sup>51</sup> <https://www.theguardian.com/uk/2000/mar/28/britishidentity.tonyblair>

<sup>52</sup> URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/jfk1960dnc.htm>

<sup>53</sup>

URL:

<http://www.americanrhetoric.com/speeches/convention2004/georgewbush2004rnc.htm>

<sup>54</sup> URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/jfk1960dnc.htm>

<sup>55</sup>

<http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobamademocraticnominatoryspeech.htm>

<sup>56</sup> URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/jfk1960dnc.htm>

<sup>57</sup> URL: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/jfk1960dnc.htm>

<sup>58</sup> <http://www.americanrhetoric.com/speeches/jfk1960dnc.htm>

<sup>59</sup> <http://www.americanrhetoric.com/speeches/jfk1960dnc.htm>

<sup>60</sup>

<http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobamademocraticnominatoryspeech.htm>

<sup>61</sup> URL: <http://historymatters.gmu.edu/d/5057/>

<sup>62</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=25970>

<sup>63</sup> URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2016/sep/9/bill-clinton-vowed-to-make-america-great-again-in/>

<sup>64</sup> URL: <http://fortune.com/2016/10/09/presidential-debate-read-transcript-donald-trump-hillary-clinton/>

<sup>65</sup> [http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/why-trump\\_1\\_b\\_9372450.html](http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/why-trump_1_b_9372450.html)

<sup>66</sup> URL: <http://edition.cnn.com/2016/09/09/politics/hillary-clinton-donald-trump-basket-of-deplorables/>

<sup>67</sup> URL: <http://www.bbc.com/russian/news-37328745>

<sup>68</sup> URL: <http://politrussia.com/world/ssh-poglotila-antitrampovskaya-574/>

<sup>69</sup> URL: <http://fortune.com/2016/10/09/presidential-debate-read-transcript-donald-trump-hillary-clinton/>

<sup>70</sup> URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-elections/hillary-clintons-dnc-2016-speech-read-the-full-transcript-a7161481.html>

<sup>71</sup> URL: <http://time.com/4245134/super-tuesday-donald-trump-victory-speech-transcript-full-text/>

<sup>72</sup> URL: <http://time.com/3920332/transcript-full-text-hillary-clinton-campaign-launch/>; URL: <http://www.nytimes.com/2015/06/14/us/hillary-clinton-attacks-republican-economic-policies-in-roosevelt-island-speech.html>

<sup>73</sup> URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/08/25/hillary-clintons-alt-right-speech-annotated/>

<sup>74</sup> URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-elections/hillary-clintons-dnc-2016-speech-read-the-full-transcript-a7161481.html>

<sup>75</sup> URL: <http://edition.cnn.com/2001/US/09/11/bush.speech.text/>

- 
- <sup>76</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=46366>
- <sup>77</sup> URL: [http://sociology\\_en\\_ru.academic.ru/2418/civil\\_religion](http://sociology_en_ru.academic.ru/2418/civil_religion)
- <sup>78</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=8032>
- <sup>79</sup> URL: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/01/21/inaugural-address-president-barack-obama>
- <sup>80</sup> URL: [http://avalon.law.yale.edu/18th\\_century/washing.asp](http://avalon.law.yale.edu/18th_century/washing.asp)
- <sup>81</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=8032>
- <sup>82</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=43130>
- <sup>83</sup> URL: <https://www.whitehouse.gov/blog/2009/01/21/president-barack-obamas-inaugural-address>
- <sup>84</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=43130>
- <sup>85</sup> <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=46366>
- <sup>86</sup> <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobamademocraticnominatio nvictoryspeech.htm>
- <sup>87</sup> URL: <https://www.whitehouse.gov/blog/2009/01/21/president-barack-obamas-inaugural-address>
- <sup>88</sup> URL: <http://www.nytimes.com/2015/01/21/us/politics/obamas-state-of-the-union-2015-address.html>
- <sup>89</sup> URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/07/21/full-text-donald-trumps-prepared-remarks-accepting-the-republican-nomination/>
- <sup>90</sup> URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/09/26/the-first-trump-clinton-presidential-debate-transcript-annotated/>; URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/10/19/the-final-trump-clinton-debate-transcript-annotated/>
- <sup>91</sup> URL: <http://fortune.com/2016/10/09/presidential-debate-read-transcript-donald-trump-hillary-clinton/>
- <sup>92</sup> URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/08/25/hillary-clintons-alt-right-speech-annotated/>; URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-elections/hillary-clintons-dnc-2016-speech-read-the-full-transcript-a7161481.html>
- <sup>93</sup> URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-elections/hillary-clintons-dnc-2016-speech-read-the-full-transcript-a7161481.html>
- <sup>94</sup> URL: <http://time.com/3920332/transcript-full-text-hillary-clinton-campaign-launch/>
- <sup>95</sup> URL: <http://time.com/3920332/transcript-full-text-hillary-clinton-campaign-launch/>
- <sup>96</sup> URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-elections/hillary-clintons-dnc-2016-speech-read-the-full-transcript-a7161481.html>
- <sup>97</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=4141>

## **ГЛАВА 4. КОММУНИКАТИВНО- ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ, СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПОСТРОЕНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

### **1. Нормы, принципы и правила английской речевой коммуникации**

Согласно модели связи культуры и общения Г. Триандиса, культура влияет на процесс общения через факторы ситуации общения – ценности, нормы, роли, социальные когнитивные и аффективные процессы и т.д., которые и обуславливают процессы коммуникации. Нормы, правила, роли в значительной степени обусловлены культурой и влияют на то, как люди кодируют и декодируют вербальную и невербальную информацию, отчего зависит степень понимания собеседниками друг друга, а значит, и успешность и эффективность самого общения. Нормы – это принципы, предписывающие поведение в той или иной культуре, разделяемые членами данной культуры, включают в себя коллективную оценку того, каким должно быть поведение представителя данной культуры; коллективную интерпретацию того, что значит то или иное поведение; частные реакции на поведение, включая попытки наложения санкций на «нежелательные» варианты поведения (Лебедева 2009: 544-545).

Исследователи выделяют две основные нормы, оказывающие заметное влияние на поведение членов разных культур в ситуациях межличностного взаимодействия – нормы правосудия и взаимности. Норма Взаимности (*norm of reciprocity*) требует, чтобы мы отвечали другим теми же формами поведения, какими они обращаются с нами.

Норма правосудия складывается из двух различных и в чем-то противоположных значений: справедливости и равенства. Норма справедливости означает, что в сознании людей существует некий баланс между тем, что они дают и что получают взамен, будь то

материальные блага, обмен услугами, а также чувствами, например, любовью или ненавистью. Норма справедливости тесно связана с понятием заслуженности («что заслужил, то и получил»; ср. рус. „Что посеешь, то и пожнешь”; англ. “as a man sows, so shall he reap”, арм.: «հնչ որ ցանես, էս էլ կհնձես»). Иной смысл у нормы равенства: социальная награда распределяется поровну между участниками взаимодействия независимо от вклада и потребностей каждого из индивидов.

Согласно данным кросскультурных исследований, люди, принадлежащие к индивидуалистическим культурам, чаще соглашаются с нормой справедливости, а члены коллективистских культур поддерживают норму равенства (Лебедева 2009: 545).<sup>1</sup>

Сравнительный анализ отношения россиян и представителей других стран, том числе США, к законам, их понимания справедливости и прав личности, мотивировки законопослушности показал, что у российских респондентов более развитой оказалась способность к изменению и нарушению законов, чем у респондентов из других стран. Результаты исследования позволяют говорить о том, что в сознании российских респондентов изначально существует разграничение понятий «закон» и «мораль», что и вызвало трудности в определении «справедливого закона», так как понятие «справедливость» у русских связано с областью нравственности, а законы считаются несправедливыми, бездействующими и необъективными. В сознании же респондентов стран Запада понятия «закон», «мораль», «справедливость» на первоначальном уровне морального развития слиты воедино. Такое понимание находит свое отражение в языке. Например, в русской поговорке «Закон – не дышло, куда повернул, туда и вышло» закон сравнивается с дышлом в смысле, что его можно повернуть в зависимости от желания того, кто управляет. В английском языке, как и в армянском, больший упор делается на социальном неравенстве людей перед законом, что, прослеживается также и в русском языке, например: англ. “one law for the rich, and another for the poor”, “laws catch flies, but let hornets go free”, рус.: «Богатому

идти в суд – трын –трава, а бедному – долой голова», «Закон, что паутина – шмель проскочит, а муха увязнет»; арм: «Օրնսրը հարուստի համար է գրված, ւստիժը՝ աղքատի»:

В этой связи интересными представляются данные о понимании русскими правды и лжи, коренящиеся в российской историко-культурной традиции. Согласно исследованиям В. В. Знакова (1999) не только в прошлом, но и сегодня русские считают морально-приемлемой так называемую «ложь во спасение». По мнению респондентов, несовершенство законов допускает возможность осуждения невиновного, поэтому ложные показания в суде во имя спасения невиновного человека в психологическом и нравственном плане перестают быть ложными (феномен «нравственной лжи»). Такая ложь понимается как «атрибут честности», необходимое условие справедливого отношения к людям, попавшим в беду. Истоки такого отношения, по мнению автора, коренятся в различном понимании «правды» и «истины» в русской культурной традиции. «Правда» в сознании русских понимается как категория, выражающая целостное мировоззрение человека, понятие, основанное на вере, традициях, представлении о справедливости в отношениях между людьми («жить по правде»), а «истина» – только «общезначимая обезличенная констатация соответствия высказывания действительности». Ни в английском, ни в армянском языках нет разграничения понятий «правда» и «истина», для их обозначения используется одно слово (англ. "truth"; арм.: «ճշմարտություն»). При этом, ряд русских оборотов со словом «правда» соответствует в английском и армянском языках оборотам, в которых «правда» переводится как справедливость, что подтверждает более широкое понятийное поле слова правда по сравнению со словом «истина». Например, рус. «искать правды», англ. "seek justice"; арм. «աղքատի ճշմարտությունը».

Как уже отмечалось, нормы, укорененные в сознании народа многовековой историко-культурной традицией являются более мощными регуляторами поведения, чем государственные законы

(Лебедева 2009: 546-547). В. В. Знаков, ссылаясь на Ф. М. Достоевского, отмечает, что когда русский человек вынужден выбирать между истиной и справедливостью, он скорее предпочтет ложь, чем несправедливость (Знаков 1999: 37). В сознании русского человека «истина» и «справедливость» могут быть понятиями разного порядка, и справедливость всегда будет дороже истины, даже если для ее восстановления приходится прибегать ко лжи. Это – один из ключевых моментов отношения к понятиям «правда», «ложь», «справедливость», «мораль», «закон» в русском этническом сознании (Лебедева 2009: 544).

Культурные нормы влияют не только на межличностный дискурс, но и на институциональный. Как отмечает В.И. Карасик, нормы институционального дискурса отражают этнические ценности социума в целом и ценности определенной общественной группы, образующей институт (Карасик 2002: 205). Так, согласно Дж. Лакоффу нормы справедливости и равенства находятся в числе главных американских ценностей, однако даже в самом американском обществе они трактуются неоднозначно. Причем это зависит не только от мировоззренческого подхода (либерального или консервативного) к самим этим понятиям, но и от того смысла, который вкладывается в понятие нация. Если нацию метафорично рассматривать как одну большую семью, то трактовка понятий справедливости и равенства будет зависеть от того, какой модели семьи будет отдан приоритет – модели «заботливого родителя» или модели «строгого отца». В предыдущей главе уже было сказано, что у многих народов нация метафорично определяется в терминах семьи, например, «Мать-Россия», «Մայր-Հայրենիք», “the Fatherland” (в английском больше ассоциируется с Германией, нем. “Vaterland”; в рус. Отечество, Отчизна; в арм. Հայրենիք). В английском языке слово homeland («Родина») имеет в своей основе слово “home” (дом), которое также семантически связано с семьей. У американцев имеются такие понятия как “Founding Fathers” («Отцы-основатели»), “Daughters of the American Revolution”

(«Дочери американской революции»), Uncle Sam (Дядюшка Сэм /Дядя Сэм). Как отмечает Дж.Лакофф, метафора “the nation as family” («нация как семья») структурирует все мировоззрение, организует всю систему фреймовых структур в сознании. Согласно данному фрейму, родина – это дом, граждане – братья или сестры, правительство или глава правительства – родитель. Обязанности правительства в отношении граждан такие же как и у родителей в отношении своих детей: обеспечить безопасность (защитить), создать законы (сказать, что можно делать, а что нельзя), обеспечить учебу в муниципальных школах (дать образование). Модель «заботливого родителя» соответствует либеральному мировоззрению, модель «строгого отца» – консервативному. Указанные модели прямо противоположны друг другу и от того, какая из них будет использована будет зависеть идеология данного государства и образ жизни людей, в том числе и отношение к таким нормам и ценностям как свобода, справедливость и равенство (Lakoff 2006).

Правила – это предписания, говорящие, как должно вести себя в данной ситуации. В отличие от норм, в сильной степени «пропитанных культурой», правила общения более индивидуализированы и зависят от ситуации и личностных особенностей включенных в общение людей. Чем больше потребность общества в координации деятельности людей, тем выше требования к точности и понятности правил поведения. Исходя из этого можно предположить, что в коллективистских культурах выше потребность в координации деятельности, чем в индивидуалистических, соответственно и правила в таких культурах должны быть более четкими и ясными. В кросскультурном исследовании было установлено, что практически все типы социальных отношений регулируются структурой социально-одобряемых правил, но некоторые правила характеризуются особой универсальностью, как, например, правило уважения частных прав другого человека. Но даже универсальные правила не всегда соблюдаются в разных культурах. Например, в Британии правило сохранения тайны подтвердилось, а правило недопустимости



публичной критики часто нарушалось. Это можно объяснить тем, что в коллективистских культурах соблюдение данного правила гарантирует предупреждение публичных столкновений и причинения ущерба «лицу» другого, в то время как в индивидуалистических культурах вербальное самораскрытие важнее сохранения групповой гармонии, поэтому в данных культурах менее настаивают на следовании этому правилу.

Правила поведения тесно связаны с исполнением той или иной роли в конкретной ситуации взаимодействия. Роль – это система ожиданий определенного поведения от субъекта, связанная с его позицией в группе (примеры позиций: профессор, студент, мать, отец, учитель, ученик, юрист, продавец, пассажир и т. д.). От каждого субъекта, занимающего ту или иную позицию, ожидается поведение в соответствии с его ролью. В культурах диффузного типа (Россия, Армения), характеризующейся объемным личным пространством и весьма ограниченным социальным пространством, ролевым отношениям приписывается большая личностная значимость по сравнению с культурами специфичными (США, Великобритания) (Лебедева 2009: 547-548)<sup>2</sup>.

Основной принцип, а также правила (максимы) коммуникации были сформулированы Т.П. Грайсом (Grice, 1975; Грайс, 1985) и дополнены Дж. Личем, П. Брауном и С. Левинсоном и другими исследователями (Leech, 1983; Brown, Levinson, 1987; и др.). Успех коммуникации зависит не только от того, о чем говорят собеседники, но и от их общего подхода к взаимодействию. Исходя из этого постулата Г.П. Грайс в общих чертах сформулировал основной принцип коммуникации, признанный таковым всеми лингвистами. В формулировке Г.П. Грайса этот принцип звучит следующим образом: «Твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога. Этот принцип можно назвать принципом сотрудничества» (The Cooperative Principle). Успех коммуникации предполагает соблюдение принципа

сотрудничества или принципа кооперации, как его часто называют в литературе, от всех участников коммуникации. Соблюдение этого принципа, помимо общей цели диалога, предполагает наличие также и ряда других условий, например, необходимость обладания достаточными лингвистическими знаниями в области коммуникативной грамматики, а именно знать и уметь употреблять в речи наиболее типичные для диалога формы предложения.

Каждому из собеседников, как начинающему, так и поддерживающему разговор, следует быть готовым к сообщению достаточного объема информации и в то же время постараться избежать ее избыточности. Кроме того, диалог только тогда будет успешным для обоих его участников, когда сведения, сообщаемые ими, будут достаточно достоверными (Агапова 2004).

Принцип коммуникативного сотрудничества также предполагает точность и ясность изложения мысли, поскольку неопределенность и нечеткость высказываний могут привести к непониманию и негативной реакции одного из собеседников и даже к прекращению разговора.

Принцип сотрудничества не всегда является доминирующим в речевом поведении участников диалога, высказывания которых формируются исключительно в преломлении к определенной коммуникативно-прагматической ситуации с определенными коммуникативными интенциями, а также к таким параметрам коммуникативно-прагматической ситуации, как: обстановка и место коммуникативного акта, предмет и цели коммуникации, социальные и этические характеристики собеседников, межличностные отношения между ними, т. е. к таким ситуациям, когда на первое место в прагматике речевого общения выходят взаимоотношения коммуникантов (Агапова 2004: 95).

От того, насколько благожелательно настроен слушающий по отношению к говорящему и в какой мере намерен он следовать принципу сотрудничества и вытекающим из него коммуникативным постулатам, в значительной степени зависит, насколько правильно будут поняты и истолкованы намерения говорящего. Если же

правила и нормы ведения диалога слушающим игнорируются, не соблюдаются такие постулаты принципа сотрудничества, как «вежливость» «искренность», «щедрость/благородство», если происходит столкновение различных смысловых позиций, когда наличествуют разные коммуникативные установки собеседников и даже разное эмоциональное состояние, тогда участникам диалога трудно достичь взаимопонимания, и это приведет к коммуникативной неудаче. Это особенно часто происходит в межкультурном общении, когда, например, одни грамматические формы в одной лингвокультуре считаются менее вежливыми, как, например, специальные вопросы в английском языке, чем аналогичные вопросы – в другой. То же можно сказать и о речевом акте комплимента, который в разных культурах может иметь разные формы выражения. Например, американские комплименты коротки и не так часто включают сравнения и метафоры, как в армянском языке. Английские прилагательные *great, good and nice* составляют 74% из числа прилагательных, используемых в комплиментах; что свидетельствует об ограниченном наборе слов, используемых для комплиментов в английском языке (*Speech Acts Across Cultures 1996: 118*)<sup>3</sup>.

Не только говорящему при построении своего высказывания, но и слушающему для адекватного восприятия намерения говорящего следует руководствоваться коммуникативными правилами принципа Сотрудничества, который является основополагающим для всех других принципов конституирования диалогической речи. Слушающий домысливает сказанное говорящим, причем только эта экстраполяция и делает высказывание до конца осмысленным. В межкультурном общении особую роль с точки зрения эффективности коммуникации играет переводчик, от правильного понимания которым смысла высказывания говорящего зависит и его правильное осмысление слушающим<sup>4</sup>.

В рамках принципа сотрудничества Г.П. Грайс выделяет более конкретные постулаты (максимы), соблюдение которых

должно способствовать выполнению этого принципа. Эти постулаты он разделяет на четыре категории, называемые им категориями Количества, Качества, Отношения и Способа.

Категория Количества обусловлена тем количеством информации, которое следует передать. К ней относятся следующие постулаты:

1. «Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется (для выполнения текущих целей диалога)».

2. «Твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется» (Грайс, 1985).

Таким образом речь идет о таком важном принципе в процессе коммуникации каким является принцип Экономии языковых средств. Как и всякая целесообразная деятельность, коммуникативная деятельность подчиняется принципу рациональности, или принципу экономии усилий, который состоит в том, что, желая достичь некоторой цели, человек выбирает такое действие, которое позволит достичь этой цели быстрее и с минимальными затратами усилий и ресурсов.

Однако, с точки зрения кросскультурной коммуникации следует отметить, что экономия языковых средств, хотя и является универсальной категорией благодаря объективному рационалистическому стремлению человека обходиться по возможности меньшими усилиями, умственными и физическими, в выполнении поставленной задачи, тем не менее она скорее свойственна прямому и точному стилю коммуникации, характерному для низкоконтекстных и индивидуалистских культур (например, американской), в которых говорящий ясно и прямо выражает свои мысли и намерения. Для коллективистских же культур, к которым принадлежит русская и армянская культуры, характерен скорее не прямой, а порой и вычурный (elaborate) стиль коммуникации. Например, характеризуя армян, живущих вокруг Фрезно, В.Сароян в своем рассказе "My Cousin Dikran, the Orator" («Мой кузен Тигран – оратор») отмечал, что их подавляющее

большинство считало ораторство величайшим и самым главным из искусств, а того, кто мог произносить речи – культурным и образованным человеком. В тоже время, если обратиться к армянской паремеологии, то увидим, что в ней короткая, лаконичная речь ценится больше длинной: Թույլ երկարն և լավը, խոսքի՝ Լարբը (Хороша длинная веревка и (а) короткая речь: ср с рус. Хороша веревка длинная, а речь – короткая; Слова хороши, если они коротки).

С лингвистической точки зрения использование языковых средств зависит от самой структуры языка. Синтетические языки, как, например, русский и армянский, для которых характерно развитое употребление окончаний (флексий) для выражения числа, падежа, рода (армянский язык, как и английский, в отличие от русского, не имеет категории рода, поэтому определение с определяемым словом не согласуется), сложная система склонения глаголов и т.д., являются менее компактными по сравнению с аналитическими языками, к которым принадлежит английский.

Наиболее ярким проявлением принципа Экономии в диалогической речи является эллипсис. Но и его использование имеет определенные особенности в зависимости от языка. Например, в армянском языке глагольные показатели лица делают возможным отсутствие в предложении субъекта действия без какого-либо смыслового недопонимания, что невозможно в английском языке, например: Did you send the letter? арм.: նա՛նա՛կը ուղարկեցի՞ր.

Конечно, не следует рассматривать эллипсис лишь как опущение элементов предложения в целях избежания их повторения или в случае смысловой достаточности. Например, В.В. Виноградов считал эллиптические предложения типизированными формами «предложений разговорной речи, их особые структурные типы, которые вовсе не представляют собой нарушений норм «полных» предложений, требуемых абстрактно-представляемой грамматической схемой» (Цит по: Агапова 2004: 109; Виноградов,

1954: 29).

Кроме того следует учитывать, что эллипсис возникает в условиях речевого взаимодействия адресанта и адресата, и поэтому основным условием существования эллипсиса, является прагматический контекст.<sup>5</sup>

Помимо правила количества (quantity) Г.П.Грайсом были сформулированы следующие постулаты, поддерживающие принцип коммуникативного сотрудничества. Это максима качества (quality) информации, требующая сообщать только то, что считаешь истинным и для чего у тебя есть достаточные подтверждения; максима отношения (relevance), требующая быть определенным и не отвлекаться от темы (сообщаемое должно быть релевантным, т.е. как минимум иметь отношение к обсуждаемой проблеме); максима способа (manner), согласно которой высказывание должно быть ясным, недвусмысленным, кратким по форме и последовательным.

Наряду с понятием «коммуникативные постулаты» (conversational maxims), Г.П.Грайс вводит понятие «импликатуры речевого общения», или «коммуникативные импликатуры» (conversational implicatures), под которыми он понимает компоненты содержания высказывания, не входящие в смысл предложения, но отражающие прагматические установки говорящего (Грайс 1985)<sup>6</sup>.

«Конечно, – пишет Г.П.Грайс, – существуют постулаты и иной природы (эстетические, социальные или моральные) – такие, как, например, «Будь вежлив»; эти постулаты также обычно соблюдаются участниками диалога, и они также могут порождать неконвенциональные импликатуры. Я думаю, однако, что именно коммуникативные постулаты и относящиеся к ним коммуникативные импликатуры связаны с теми специфическими целями, для выполнения которых приспособлена и в первую очередь используется речь (и, тем самым, речевое общение). Я сформулировал постулаты таким образом, будто целью речевого общения является максимально эффективная передача информации; естественно, это определение слишком узко, и все построение должно быть обобщено в применении к таким общим целям, как

воздействие на других людей, управление их поведением и т. п.» (Грайс 1985).

Некоторые лингвисты предостерегают против абсолютизации коммуникативных принципов и постулатов Г.П.Грайса. Хотя эти постулаты действительно лежат в основе повседневного вербального общения и могут рассматриваться в качестве неких логико-прагматических универсалий практически любого развитого языка, в действительности, говорящие могут намеренно или непреднамеренно нарушать эти принципы и максимы или пренебрегать ими – например, они могут лгать, быть саркастичными, стараться казаться более умными и т.д. (Агапова 2003: 139-140).

Как отмечал сам Г.П. Грайс, выделенные им правила нацелены на эффективность и информативность и не принимают во внимание экспрессивный аспект речи. Они, скорее, подходят для делового, а не повседневного общения. Однако, как отмечает Т. Ларина, целью повседневного общения является не только эффективная передача информации, т.е. трансакциональное общение, но и интеракциональное общение, нацеленное на установление межличностного контакта (Ларина 2009: 150).

Одним из недостатков постулатов Г.П.Грайса является придание им общего характера, в связи с чем их реализация возможна лишь в идеальных условиях общения, без учета личностных характеристик общающихся, особенностей жанра и типа дискурса (Агапова 2003: 141-142). В реальной речевой деятельности постулаты Г.П. Грайса действительно очень часто не соблюдаются. Иначе в речи не было бы грубости, хамства, говорения вокруг да около и так далее. Известны люди, которые очень много говорят сами и не умеют слушать, многие любят говорить неопределенно, обиняками и т.д. Ясно, что говорить можно и нужно по-разному в зависимости от конкретной ситуации. Профессор со студентом разговаривают не так, как профессор с профессором и студент со студентом, при этом профессор со студентом общаются по-разному на лекции, на экзаменах, на общем

банкете и в частной беседе. Еще больше различий обнаруживается при рассмотрении постулатов Г.П.Грайса в кросс-культурном контексте. В разных культурах имеются свои правила коммуникативного, в том числе речевого общения, свои культурно обусловленные коммуникативные импликатуры, которые не всегда совпадают с правилами Г.П.Грайса, а порой прямо противоречат им. Как справедливо отмечают Х.Боу и К.Мартин, каждый язык и культура могут иметь свои понимания количества, качества, отношения и манеры общения, свои ценностные ориентации относительно правды и гармонии, свое представление о милосердии, уважении, сотрудничестве и вежливости. Неудивительно, поэтому, что постулаты Г.П. Грайса были подвергнуты критике рядом исследователей (А.Вежбицка, М. Клайн, Д.Хаймс), увидевших в них сугубо англоцентричный подход (Bowe, Martin 2009: 13).

Австралийский лингвист М.Клайн, пересмотрев максимы Г.П.Грайса, дополнил каждую из них ссылками на необходимость учета культурных ценностей, норм и правил общения, характерных для данной конкретной культуры (Clune 1994: 194-195).

Некоторые авторы, попытавшись применить постулаты Г.П. Грайса при рассмотрении принципа вежливости, обнаруживают, что ясность и вежливость иногда бывают не совместимы. Если главная цель говорящего – передать информацию, то основное внимание сосредоточено на ясности сообщения; если же принимается во внимание статус собеседника и/или ситуация общения, то говорящий больше сосредоточен на выражении вежливости. Очень часто эти два правила вступают в конфликт. В таких случаях чаще всего ясность приносится в жертву вежливости, так как в повседневном общении мы в большей степени заинтересованы в установлении и поддержании социальных отношений, чем в точной передаче информации (Ларина 2009: 154).

Следует отметить, что разный подход к принципам коммуникации влияет на содержание правил коммуникации. Так, сравнивая англо-американский речевой этикет с армянским нетрудно заметить целый ряд особенностей. Например, если для



англо-американского речевого этикета в той или иной степени характерна прямота и определенность высказывания – максимы отношения (relevance) и способа (manner), то для армянской речи характерна уклончивость и неопределенность. Очень часто в армянской речи используются выражения типа: «Позвоните в два – два тридцать»; «Я прийду к вам от пяти до шести часов вечера» или «Взвесьте мне два-три килограмма яблок», что для англо-американского речевого этикета вряд ли можно считать приемлемым. Подобные различия зависят как от ситуации и контекста, так и когнитивного статуса культурных норм в речевом этикете, зависимости последнего от ценностных ориентаций данной лингвокультурной общности, в том числе и от культурно-обусловленных трактовок понятия вежливости.

Кроме того, известно, что стремление к четкости и точности сообщаемой информации характерно для официального стиля, а неофициальному стилю свойственно, напротив, подчеркивание ее неопределенности. Между тем, следует учитывать преимущественное использование той или иной языковой разновидности в конкретной лингвокультурной общности. Так, для носителей английского языка характерна весьма широкая распространенность неофициального стиля. Это обусловлено тем, что он «обслуживает» и такие ситуации, в которых в других языковых общностях, используется официальный стиль<sup>7</sup>.

Принцип вежливости наряду с принципом сотрудничества является одним из наиболее важных принципов, способствующих обеспечению эффективности как межличностной, так и межкультурной коммуникации. Вежливость является относительным понятием и во многом определяется правилами, принятыми в различных коммуникативных ситуациях, характеризующихся такими существенными признаками, как: а) взаимоположение коммуникантов (равное, выше, ниже); б) степень социально-психологической дистанции; в) обстановка общения (официальная, неофициальная, непринужденная); г) возрастная характеристика и гендерная принадлежность коммуникантов.

Указанные социопрагматические факторы влияют как на стиль коммуникации в целом, так и на вербальные и невербальные проявления вежливости (например, в формальной ситуации следует быть более вежливым, чем в неформальной), которые могут различаться в разных культурах. Например, американцы при выражении совета используют императив главным образом в разговоре с человеком равному или ниже по статусу, своего возраста или младше и предпочитают ассертивные высказывания в разговоре с человеком выше по статусу и старше по возрасту. В армянской же речевой культуре, как и в русской, такие различия не делаются; весьма часто используются также косвенные речевые акты, при которых, например, приказ выступает в виде просьбы.

В зарубежной лингвистической литературе придают большое значение разработке лингвистической теории вежливости (P.Brown, S.Levinson, B.Fraser, G.Kasper, R.Lakoff и др.), покольку принято считать, что принцип Вежливости играет не менее, а в ряде коммуникативных ситуаций и более значительную роль, чем принцип Сотрудничества (Leech 1983). В свою очередь С.Г.Агапова считает, что принцип Вежливости является достаточно важным для успешной коммуникации, однако не следует переоценивать его значимость, ибо, в конечном счете, коммуникативная цель может быть достигнута и без соблюдения принципа вежливости. С интерактивной точки зрения более важным, по мнению некоторых исследователей, является принцип взаимодействия, который вслед за основополагающим принципом сотрудничества, призван обеспечить бесконфликтное общение, особенно в диалогической речи (Агапова 2004: 147).

Некоторые речевые акты, как, например, вопросительные речевые акты, содержат в себе угрозу сохранения лица собеседника и, исходя из принципа сотрудничества, требуют определенного смягчения. Например, сложно отнести к категории вежливых местоименные вопросительные предложения, выражающие специальный вопрос, являющиеся довольно распространенной формой выражения вопросительного речевого акта в тех ситуациях,

когда говорящий стремится получить от слушающего необходимую ему информацию, которой, по его мнению, обладает слушающий. Адресант меньше всего заботится о том, хочет ли адресат поделиться с ним известной ему информацией; здесь от адресата требуется определенное, не учитывающее его действительное желание вступать или не вступать в навязываемый адресантом разговор, действие – ответ на поставленный вопрос. Такие формы вопросов возможны лишь при общении людей, связанных родственными или дружескими узами, равных по статусу, при обращении старшего по возрасту и/ или положению к младшему<sup>8</sup>.

Следует отметить, что реализация принципа Вежливости зависит от коммуникативного контекста, от коммуникативной установки адресанта. Например, такие языковые маркеры вежливости, как “please”, “will”, и т.д. не всегда могут служить примером реализации принципа Вежливости в речи<sup>9</sup>. Кроме того в зависимости от коммуникативного контекста, а порой и в силу собственного характера говорящий может формально не нарушая принципа Вежливости прибегать к откровенной лжи<sup>10</sup>.

Таким образом, можно сделать вывод, что успешная коммуникация – это, прежде всего, вежливая коммуникация, в основе которой лежит принцип сотрудничества, проявляющийся в совместных усилиях коммуникантов, целью которых является достижение взаимопонимания. С этой точки зрения можно согласиться с мнением о том, что принцип взаимодействия, расширяющий зону действия принципа сотрудничества, является даже более важным, чем принцип вежливости, ибо лишь в ходе взаимодействия возможно его достижение.

Как отмечают Х.Боу и К.Мартин, многие люди полагают, что вежливость – это использование чрезвычайно официального языка, как, например, приветствия “How do you do?”, однако большинство лингвистов трактует вежливость в качестве «социально адекватной коммуникации». Стремление к избеганию конфликта или конфронтации является одним из основных условий адекватной коммуникации, и именно это условие, по мнению Х.Боу и К.

Мартин, лежит в основе принципа вежливости (Bowe, Martin 2009: 26-27).

П. Браун и С. Левинсон (Brown, Levinson 1987), предлагают рассматривать вежливость как сохранение лица. Рассматривая понятие лица как важнейшую социальную ценность, П. Браун и С. Левинсон считают, что лицо является универсальным понятием, представляющим собой своеобразный социальный имидж, в сохранении которого заинтересован каждый член общества (Brown, Levinson 1978: 66; 1987: 61). Об универсальности понятия лица говорит и тот факт, что в разных языках имеются выражения где слово лицо соответствует понятию социальный имидж: например, в английском языке – to save face, to loose face; в русском языке – сохранить лицо, потерять лицо, не ударить лицом в грязь, плевать в лицо; в армянском языке – չարզերես դուրս գալ (не ударить в грязь лицом), երեսը՝ պատիվը փրկել (сохранить лицо, честь), երեսը թուրումուր բերել (опозорить, оскандалить), երեսին թթել (плевать в лицо), երեսից ընկնել (попасть в немилость), երեսը պոկել (выругать, оскандалить), երեսովը տալ (укорить, упрекнуть), իր իսկական դեմքը ցույց տալ (показать свое настоящее лицо).

П. Браун и С. Левинсон предлагают различать «негативное лицо» (Negative Face) и «позитивное лицо» (Positive Face). Под негативным лицом они понимают желание каждого взрослого человека иметь свободу действий, недопустимость вмешательства со стороны других ( the want to have his freedom of action unhindered) (Brown, Levinson 1987: 129), то есть «желание быть независимым»; под позитивным – «желание быть желанным» другими ( the want of every member that his wants be desirable to at least some others) (Brown, Levinson 1978; 1987: 62).

Вступая в общение, собеседники заинтересованы в том, чтобы поддерживать и сохранять лицо друг друга. Для этой цели они используют целую систему коммуникативных стратегий. Авторы вводят такие понятия, как позитивная вежливость (positive politeness) и негативная вежливость (negative politeness), которые

имеют противоположную направленность. Каждый из этих типов вежливости представляет собой систему коммуникативных стратегий, при помощи которых достигаются основные цели вежливого общения.

По мнению авторов этой теории, языковая вежливость выполняет коммуникативную функцию и несет в себе определенную информацию. Так, в высказывании “I would really like it if you would shut the door” говорящий выражает не только просьбу, но и свое намерение быть вежливым, в то время как в высказывании “Shut the door”, употребленном в тех же условиях общения, информация о таком намерении отсутствует.

Хотя, как и Дж. Лич, П. Браун и С. Левинсон признают, что вежливость может иметь культурные различия, они в большей степени делают акцент на универсальную сторону данного явления, что проявляется в самом названии их труда – “Politeness: some universals in language usage” (Вежливость: некоторые универсалии в употреблении языка).

Утверждение универсальности вежливости и универсальности такого понятия, как «лицо», в действительности отражающих западную, «евроцентричную» (eurocentric) модель, послужило основным поводом для критики данного подхода, которой он подвергается со стороны исследователей, изучающих вежливость в меж/кросскультурном аспекте.

Как понятие вежливость, так и понятие лицо имеют разное содержание в разных культурах. Так, английское коммуникативное поведение отличается более ярко выраженной ориентацией на сохранение лица, чем русское или армянское. Во многих культурах, в частности, восточных, нормы поведения ориентированы не на сохранение лица индивида, а на сохранение лица группы. Кроме того, подобный подход лишает общение всего своего многообразия и сосредотачивает внимание собеседников исключительно на соблюдении правил вежливости.

Существенным недостатком данной теории является тот факт, что в поле зрения авторов не попал противоположный аспект

поведения – невежливость – и такие его проявления, как агрессивность, грубость, оскорбление. Известно, что коммуникация в реальной жизни может быть не только вежливой, но и невежливой, что нередко бывает и в политическом дискурсе, одной из характеристик которого является агональность и агрессивность.

Кроме того, вежливость рассматривается вышеуказанными авторами только с позиции субъекта, т. е. без учета ответной реакции на его действия со стороны объекта и без оценки им этих действий. В то время как, если рассматривать вежливость как явление дискурса, только объект может оценить действия субъекта с точки зрения вежливости /невежливости.

Хотя, как отмечают Х.Боу и К.Мартин, большинство исследователей склоняется к тому, что понятие сохранения лица является основополагающим элементом принципа вежливости во всех культурах, не все члены того или иного лингвокультурного сообщества знают о нем или сознательно следуют ему. Вербальное и невербальное поведение многих людей разных культур может соответствовать принципу вежливости благодаря тому, что они соблюдают общепринятые нормы коммуникации, не сознавая, что именно понятие сохранения лица может лежать в основе этих норм (Bowe, Martin 2009: 30-31).

В связи с тем, что вежливость является категорией прагматической и степень вежливости можно определить только в контексте, представляется целесообразным различать предложенные Дж. Личем абсолютную шкалу вежливости (*absolute politeness scale*) и относительную шкалу вежливости (*relative politeness scale*) (Leech, Larina 2014: 12-13). В первом случае степень вежливости высказывания можно определить вне контекста (*Can you help me?* является более вежливым, чем *Could you possibly help me?*), т. е. степень вежливости определяется на уровне семантики высказывания. Во втором случае степень вежливости определяется в контексте – в соответствии с нормами конкретной социальной группы и ситуацией общения, т. е. на уровне прагматики. Так, фраза *Could I possibly interrupt*, адресованная члену семьи, может быть

воспринята как чрезмерно вежливая, содержащая сарказм. Таким образом, можно говорить об абсолютной вежливости, определяемой на уровне семантики, и об относительной вежливости, определяемой на уровне прагматики.

Выбор поведенческих и речевых стратегий говорящим во многом зависит от прагматических, в том числе культурных факторов, без учета которых невозможно эффективное общение. Говоря о национально-культурной специфике коммуникативных стратегий, некоторых этикетных ситуаций общения в англоязычной лингвокультуре в сопоставлении с другими, например, русской и армянской, в первую очередь следует отметить в качестве наиболее существенного различия разницу в содержании и формах реализации коммуникативной категории вежливости. Это является прямым следствием того, что «вежливость» понимается в указанных лингвокультурах по-разному.

В русском, как и в армянском коммуникативном сознании вежливость – это, главным образом, соблюдение правил поведения; в английском – демонстрация уважения, внимания к окружающим, что отражено в семантике слов «вежливый» и “polite” в рассматриваемых языках. Согласно словарю С.И. Ожегова, вежливый это – «соблюдающий правила приличия; учтивый» (СРЯ 1981: 65). В английских словарях даются следующие определения слова polite: “Having or showing that one has good manners and consideration for other people” (Oxford Advanced Learner’s Dictionary: 893); “having good manners; courteous” (The Concise Oxford Dictionary: 1057); “having or showing good manners, sensitivity to other people’s feelings, and/or correct social behavior” (Longman Dictionary of English Language and Culture: 1035).

Толковый словарь современного армянского языка определяет слово «вежливый» следующим образом: քաղաքավարի – քաղաքավարության կանոններին՝ նորմերին համապատասխան; քաղաքավարության նորմաներով առաջնորդվող, բարեկիրթ, կիրթ (Արդի հայերենի

ршдшнршлшш ршншршш 1976: 1546).

В английском сознании слово “polite” по данным Английского ассоциативного словаря ассоциируется в первую очередь со словом “nice”, имеющее значение хороший, приятный милый, любезный, внимательный, тактичный. Все эти слова характеризуют коммуникативное поведение и демонстрируют уважение, внимание к окружающим. В русском национальном сознании слово «вежливый» по данным Русского ассоциативного словаря ассоциируется в первую очередь со словом «человек», что не дает конкретной информации о значении самого слова «вежливый». Это подтверждает мнение о том, что англичане имеют более четкое представление о том, что такое вежливость, в то время как у русских это понятие в значительной степени расплывчато (Ларина 2013: 156).

Т.В. Ларина отмечает разную направленность английской и русской вежливости: английская вежливость является объектно-ориентированной, она направлена на собеседника и выполняет преимущественно коммуникативную функцию; русская в большей степени замыкается в субъекте и несет существенную этическую нагрузку. В английском сознании вежливость в большей степени ассоциируется с демонстративным, этикетным вниманием (вежливый – тот, кто демонстрирует свое уважение другим); в русском – не с этикетным, а с действенным вниманием (вежливый – тот, кто помогает другим). Одной из важнейших составляющих английской вежливости является соблюдение норм речевого этикета, в то время как в вежливом поведении русских речевому этикету отводится меньшая роль. Английская вежливость в равной степени направлена «на всех»; русская в большей степени на «своих» и на тех, кто старше (Там же: 150-151).

Разное понимание вежливости проявляется в используемых представителями исследуемых лингвокультур коммуникативных стратегиях и в выборе речевых формул в вежливом общении. По мнению П.Браун и С.Левинсона (Brown, Levinson 1987), процесс человеческих взаимоотношений строится на таких



противоположных действиях, как приближение и отдаление, для осуществления которых выработан ряд специальных коммуникативных стратегий. Используя стратегии сближения (Браун и Левинсон называют их стратегиями позитивной вежливости – “positive politeness strategies”), коммуниканты стремятся сократить разделяющую их дистанцию, продемонстрировать свою симпатию, доброжелательность, расположенность к собеседнику, свою солидарность с ним. Используя стратегии отдаления (стратегии негативной вежливости – “negative politeness strategies”), они демонстрируют уважение к его личной автономии, неприкосновенность зоны его личной независимости.

Как отмечают исследователи, англичане прилагают больше коммуникативных усилий для демонстрации уважения к личной автономии собеседника, так и для демонстрации своей расположенности к нему. Регулярное использование двух разнонаправленных типов стратегий привело к формированию таких важнейших черт английского коммуникативного поведения, как коммуникативная неимпозитивность (недопустимость или сведение до минимума какого-либо воздействия на адресата) и демонстративная приветливость (регулярная демонстрация расположенности, доброжелательности, внимания к окружающим) (Стернин, Ларина, Стернина 2003; Ларина 2009: 302, 362).

Коммуникативная неимпозитивность – недопустимость воздействия на адресата, соблюдение его коммуникативной неприкосновенности определяет такие черты английской коммуникации, как косвенность (непрямолинейность, уклончивость), некатегоричность, субъективность. Данные черты характерны, прежде всего, для побудительных речевых актов (команды, просьбы, приглашения, совета, предложения). Также они используются при выражении мнения, в случае необходимости возразить, то есть во всех тех ситуациях, где затрагиваются интересы адресата и есть угроза вторжения в зону его личной автономии.

На вербальном уровне неимпозитивность проявляется главным образом в том, что английские коммуниканты, как уже отмечалось, избегают употребления императивных форм в разных ситуациях общения. Это касается не только просьбы, самого «опасного» речевого акта, предполагающего действие адресата в интересах говорящего, но и таких речевых актов, как приглашение, совет, предложение, в которых говорящий побуждает слушающего к действию в его же интересах или в интересах обоих участников коммуникативного акта, а также в директивах: Can I see your passport? (на паспортном контроле) / Could you please come to my office for a moment? (начальник – подчиненному) / Would you mind repeating that, please? (учитель – ученику). С точки же зрения армянских и русских коммуникантов, императив в подобных ситуациях был бы наиболее уместным способом выражения побуждения, являющегося обязательным для исполнения.

С целью снизить степень воздействия на собеседника во всех перечисленных ситуациях общения английские коммуниканты отдают предпочтение вопросительным высказываниям с модальными глаголами, а также используют ряд других коммуникативных стратегий, нацеленных на дистанцирование и смягчение воздействия на собеседника: выражают сомнение в возможности совершения действия (I'd love to have you for dinner on Sunday, but I imagine you have other plans), дистанцируют адресата от действия (Your car has to be moved up) и др.

Приведем пример одного и того же объявления банка HSBC на английском и армянском языках: "We will not charge you for cash withdrawals and cash deposits using your HSBC Bank Armenia ATM card". Էյչ-Էս-Բի-Սի Բանկ Հայաստանի բանկոմատային քարտը օգտագործելու դեպքում Դուք չեք վճարում գումարի կանխիկացման և կանխիկի մուտքագրման համար: В английском примере адресат дистанцируется от действия (We will not charge you), в армянском же предложении именно адресат выполняет действие (Դուք չեք վճարում).

Английские коммуниканты проявляют большой интерес к возможности, желанию, заинтересованности адресата в совершении действия (Would you like to come to my birthday party? / Are you interested in coming?). Русские и армяне в подобных ситуациях чаще выражают свои желания, не интересуясь интересами собеседника (Приходи. Жду. Буду очень рад, если ты придешь; բարի եղբ, կրկնեք ձեր հարցը; անսպասան եկեք; Դուք անսպասան պետք է ներկա լինեք; Սպասում եմ; Շատ ուրախ կլինեմ, եթե դու գաս).

Как негативная вежливость, так и сформированная на ее основе коммуникативная неимпозитивность являются отражением на коммуникативном уровне такой важнейшей культурной ценности, как автономия личности – “privacy”. Одна из важнейших задач, стоящих перед английскими коммуникантами, состоит в том, чтобы не допустить вторжения в эту свято оберегаемую зону и продемонстрировать свое уважение к личной автономии собеседника.

Важным фактором, предопределяющим коммуникативную неимпозитивность, является относительно небольшая вертикальная дистанция, характерная для английской коммуникации. Даже при наличии социальной асимметрии лица, обладающие большей властью, не стремятся демонстрировать ее, а напротив, стараются ее завуалировать, соблюдая принцип социального равенства: Will you kindly open your bag? (на таможне) / Would you like to read, Mary? (учитель на уроке). В русской коммуникативной культуре вертикальная дистанция гораздо больше, что не может не отразиться в речи. Например, обращаясь к Холдену, пришедшему попрощаться со своим учителем м -ром Спенсер перед отъездом из Пенси, жена Спенсера говорит: “Let me take your coat, dear”. В русском же переводе вместо неимпозитивной формы “let me” использована повелительная форма глагола: «Дай твою куртку, милый!».

В русской и армянской коммуникативных культурах, где ценятся общение и солидарность, нет подобной зоны личной автономии (privacy). Сближение коммуникантов возможно до более

близкого расстояния. Соответственно и степень допустимой импозиции, воздействия на собеседника, гораздо выше. Оказание воздействия на собеседника не является нарушением коммуникативных норм. Стратегии смягчения воздействия реализуются в меньшем количестве и с меньшей интенсивностью.

В русской и армянской коммуникации явное предпочтение отдается прямому побуждению. Косвенные речевые формулы характерны главным образом для формального общения. Императивные высказывания являются преобладающим и нейтральным способом выражения просьбы, приказа, приглашения. Императив, смягченный модификатором пожалуйста, легко переводит требование в просьбу, делая побуждение мягким и вполне вежливым. Английское please не имеет такого эффекта. Несмотря на наличие этого модификатора, английское императивное высказывание остается требованием, как например, в обращении м-ра Спенсера к Холдену с тем, чтобы он передал ему свою тетрадь:

Bring it here, please. Дай ее сюда, пожалуйста! Մի արհեստը տիր, խնդրես.

Симптоматично, что в армянском переводе переводчику пришлось добавить частицу «մի» для придания высказыванию более повелительного тона.

Важным маркером вежливого отношения в армянском общении является слово «ջան» («джан»), например: «Армен-джан», «Асмик-джан» и т.д. В армянском языке имеется следующая пословица со словом «ջան» («джан»), говорящая о необходимости доброго и вежливого обращения: «Ըստ ջան, լստ ջան» (Скажешь «джан» – услышишь «джан») (Армянские пословицы и поговорки 1973: 81); рус. «На добрый привет, добрый и ответ» (Даль 1955. Т 1: 444), «За добро добром и платят» (Даль 1957: 135; Даль 1955. Т 1: 433). Эта форма вежливого обращения к человеку порой может использоваться в официальной обстановке («սարնն վարչապետ ջան») и даже в ситуации конфликта между коммуникантами. Самый

близкий аналог на русском – дорогой/-ая, милый/-ая, уважаемый/-ая., однако очень часто слово джан на русский язык не переводится.

Таким образом, для смягчения воздействия на собеседника в рассматриваемых языках используются разные стратегии и тактики, а также средства языкового выражения. Например, в армянском и русском языках, в отличие от английского, для придания адресату более высокого статуса используется обращение на Вы (Դուք), что является яркой демонстрацией уважительного и даже почтительного отношения, а также подчеркивание близости отношений, то есть стратегия сближения (обычно при неформальных отношениях).

Тем не менее, в целом, стратегии сближения используются английскими коммуникантами более интенсивно, чем русскими и армянами. Англичане чаще оказывают окружающим знаки внимания: извиняются, здороваются, благодарят, делают комплименты, дают положительную оценку. При этом употребляемые ими речевые формулы в значительной степени утратили свое буквальное значение. В большей степени они являются маркерами вежливости, формальными знаками внимания. (Стернин, Ларина, Стернина 2003).

Еще одной важной отличительной особенностью английского коммуникативного поведения является гиперболизированная оценочность, которая проявляется в частом использовании суперлативных единиц языка порой в повседневных, обыденных ситуациях (*terrific, incredible, gorgeous*), а также в частом и многократном употреблении оценочных реплик в разных ситуациях общения.

Преувеличение проявляется также в том, что положительная оценка может быть усилена при помощи использования интенсификаторов и повторов: (*absolutely marvelous, really fantastic*). Преувеличение наблюдается и в том, как англичане выражают свое отношение к происходящему или наблюдаемому. Хотя такие гиперболы, как *How absolutely (completely) marvelous (extraordinary, devastating, incredible, fantastic, wonderful, delightful, ravishing, divine, amazing, unbelievable)*, являются одной из черт разговорного

английского языка, они часто используются и в политическом дискурсе.

Как отмечает Т.В. Ларина, прагматической функцией подобных высказываний является не столько выражение говорящим отношения к происходящему, сколько оказание коммуникативной поддержки собеседнику. Регулярное оказание собеседнику коммуникативной поддержки, проявляющейся в позитивной эмоциональной реакции на его поступки, намерения, внешность, приобретения и пр., является отличительной чертой английского коммуникативного поведения.

Коммуникативная неформальность (демократичность), ставшая в последнее время одной из отличительных особенностей английского коммуникативного поведения, также служит сближению коммуникантов, стиранию границ между ними. Коммуникативная неформальность проявляется, прежде всего, в расширении сферы употребления обращения по первому имени и неформальных приветствий.

Коммуникативная неформальность наряду с регулярным оказанием внимания собеседнику, частые благодарности и извинения, высокая оценка качеств адресата и его действий, подчеркивание его значимости формируют такую доминанту английского коммуникативного поведения, как демонстративная приветливость. Данная особенность связана с позитивной вежливостью (вежливостью сближения), ориентирована на стирание интерперсональных границ, на демонстрацию доброжелательности, симпатии и солидарности.

Эта доминанта английской коммуникации отличает ее от многих других коммуникативных культур и часто расценивается представителями других культур как «коммуникативная неискренность». Их удивляет, что англичане часто очень формально употребляют многие формулы речевого этикета: много благодарят, извиняются, когда для этого нет причины; приглашают в гости, не реализуя впоследствии свое приглашение; интересуются делами партнера и при этом даже не делают паузы, для того, чтобы успеть

услышать ответ и т. д. Это связано с тем, что все эти формулы в английском общении являются семантически опустошенными. Их основное назначение – продемонстрировать собеседнику свое внимание, симпатию, расположенность, желание продолжения контактов и т.д. И в этом намерении английские коммуниканты вполне искренни. Знание данной коммуникативной особенности чрезвычайно важно для адекватного понимания и успешного общения (Ларина 2009).

Целенаправленная демонстрация положительных эмоций является одним из способов реализации стратегии позитивной вежливости (стратегии приближения), которой отводится особое место в английском общении. При наблюдении над английским стилем коммуникации на первых порах представляется несостоятельным стереотип о сдержанности, дистантности, холодности англичан. Напротив, бросается в глаза их приветливость, доброжелательность, заинтересованность в собеседнике

По мнению Т.В. Лариной, данному противоречию можно найти объяснение, если различать эмоциональность и эмотивность. Традиционная английская сдержанность касается эмоциональной коммуникации, но не эмотивной. Проведенный Т.В. Лариной анализ показал, что англичане приветствуют, прощаются, выражают благодарность, приносят извинения, делают комплименты, дают оценку гораздо экспрессивнее, чем русские, которые в данных ситуациях ведут себя намного сдержаннее (Ларина 2009: 355).

Проблема национально-культурной и национально-языковой обусловленности непрямой коммуникации является чрезвычайно актуальной проблемой в современной культурологической лингвистике. Разные языки, национальные правила ведения речи и системы невербальной коммуникации сравниваются на основе использования прямых/косвенных средств, выявления того, что в одних языках выражается прямо, а в других – непрямо и т.д. Очень часто национальные правила ведения речи и системы невербальной коммуникации, в том числе требование прямой или непрямой

формы речи бывают связаны с национально-культурными стереотипами, ценностями, системами концептов.

Так, современный английский антрополог Кейт Фокс (Fox 2005) рассматривает правила и нормы речи англичан в связи с такой основополагающей чертой английского национального характера, лежащей, по мнению К. Фокс, в основе всех коммуникативных стереотипов, поведенческих мотивов англичан, как социальный дискомфорт (“social dis-ease”). К. Фокс использует игру слов – dis-ease при написании без черточки означает болезнь и это не случайно, ибо социальный дискомфорт и неловкость, которые испытывают англичане в ходе общения, К. Фокс сравнивает с «национальной болезнью», которая хотя и поддается лечению, не является полностью излечимой. Англичане чувствуют social dis-ease всякий раз, когда возникает необходимость или даже искреннее желание завязывать социальные контакты. Так, вступление в разговор с незнакомым человеком (даже на деловой встрече), выражение недовольства или восхищения, сообщение какой-либо информации о себе, намерение узнать что-либо о собеседнике и т.д. вызывает social dis-ease, так как может нарушить privacy – автономию личности. Проявление самой изысканной вежливости, как и отчаянного хулиганства, являются симптомами одной и той же «болезни» – потребности в межличностных контактах и боязни их иметь. На самом деле англичане жаждут проявления искренних чувств, страстно хотят теплых дружеских открытых отношений, но все условности, правила (писанные и неписанные), регулирующие социальные взаимоотношения, направлены как раз на то, чтобы скрыть проявления этих чисто человеческих чувств и эмоций. Однако есть несколько сфер, где англичане могут себе позволить открытое непосредственное выражение эмоций: в общении с животными, в спортивных играх, в пабах, клубах.

К. Фокс считает, что понимание английского менталитета основывается на трех группах стереотипов, в основе которых лежит social dis-ease: 1) рефлексы: юмор (humour), умеренность (moderation), лицемерие (hypocrisy); 2) позиции, принятые точки



зрения: прагматизм (empiricism), коммуникативный пессимизм (Eeyorishness = pessimistic or gloomy, moaning), классовость (class-consciousness); 3) ценности: правила честной игры (fair play), вежливость (courtesy), скромность или сдержанность (modesty) (Fox 2005: 410). Все эти поведенческие стереотипы направлены на то, чтобы сделать проявление естественной потребности в общении неявным и непрямым.

К. Фокс считает юмор одним из проявлений сдержанности, принципа “stiff upper lip”. Юмор проявляется в виде understatement – иронии, недооценки, сдержанности, притворного пессимизма, самоуничижения, при этом юмор противопоставляется искреннему поведению (“earnest”), которое является психологически некомфортным и, следовательно, социально неприемлемым. Например, о настоящей катастрофе, постигшей их, англичане могут сказать “well, not exactly what I would have chosen”, о действительно жестоком человеке – “not very friendly”, о потрясающе красивой девушке – “quite pretty”, о блестящем выступлении – “not bad”. Говоря что-то вроде “O really? How interesting!”, англичане могут на самом деле иметь в виду совершенно противоположное (Fox 2005: 67). Таким образом, создается неопределенность и двусмысленность, которая исключает ощущение неловкости, смущения.

Полагаем, что специфичеки британскую лингвокультурную категорию “Understatement” («недосказанность») следует рассматривать в качестве ключа к пониманию британской лингвокультуры. В этом отношении представляют интерес рассуждения К. Фокс о жанре small talk, которые относятся ею к средствам стимулирования комфортных отношений. По мнению К. Фокс, small talk служит своеобразной заменой традиционного этикета, который (особенно тот, что используется при первом знакомстве: “How do you do?”; “Pleased to meet you”) кажется англичанам слишком формальным и поэтому вызывает social dis-ease. В small talk нет формальности этикетных приветствий, и в то же время он позволяет сохранять дистанцию. Small talk необходим

как переходное звено между формальностью, строгой этикетностью – и фамильярностью, искренностью. Этот жанр имеет двойственную природу, противоречивую по своей сути: этикетность *small talk* заключается в том, что участники следуют заранее известной отработанной модели поведения; антиэтикетность *small talk* основана на представлении о том, что преодолевается психологический барьер, мешающий открытому фатическому общению. При этом, как отмечает В.В.Дементьев, высокая этикетность коммуникации сама по себе вообще никогда не означает косвенности, наоборот, этикетная коммуникация (в отличие от вежливой) есть прямая коммуникация (Дементьев 2006).

Сопоставления лингвокультур по соотношению прямой и непрямой коммуникации является чрезвычайно актуальной проблемой. Формы косвенности в разных культурах могут быть различными. Так, косвенные просьбы в английском и армянском языках не только имеют сходства (например, в обоих языках косвенные просьбы чаще всего выражаются вопросительными предложениями), но и различия. Если в английском языке вопросительно-отрицательные просьбы считаются менее вежливыми, чем вопросительные конструкции, то в армянском языке вопросы с отрицанием считаются более вежливыми, чем вопросы, не содержащие отрицания (Պատահա՞նք կրպցե՞ս: Պատահա՞նք չե՞ս բացի՞):

О том, что общий уровень прямоты в армянском обществе является относительно высоким свидетельствует широкое использования «голых» императивов в общественном взаимодействии, включая общение на публике. В устной армянской речи приходилось наблюдать, как обращение к косвенным средствам для выражения просьбы с использованием таких безличных предложений как Надо (бы) сделать (Պետք է անել) обижало адресата речи за непрямоту высказывания.

Это означает, что в армянском языке можно достаточно свободно сказать нечто, что имеет значение:

Я хочу, чтобы ты сделал (сказал) X

В английском же, несмотря на часто приводимые учителями примеры с употреблением глагола *want* в конструкции *Complex Object*, так говорить, скорее всего, нельзя, так как это противоречило бы требованию личной независимости адресата.

Таким образом, точно так же как не существует универсальных рецептов для стратегий прямой и не прямой коммуникации с точки зрения межкультурных различий, нет и универсальных формул для стратегии вежливости в разных культурах. Как уже отмечалось, взгляд на вежливость как на систему стратегий для достижения основной цели вежливого общения является наиболее значимым в теории П. Браун и С. Левинсона. Выделенные ими два типа вежливости – позитивная (*Positive Politeness*) и негативная (*Negative Politeness*) раскрывают основной механизм человеческих взаимоотношений, основанный на соответственно сближении (*approach-based*) и отдалении (*avoidance-based*). Демонстрация солидарности и сохранение дистанции, по утверждению авторов, составляют суть вежливого поведения, то есть быть вежливым можно в том случае, если ты демонстрируешь собеседнику свою солидарность и в то же время сохраняешь определенную дистанцию, выражая таким образом свое уважение к нему. При этом, с их точки зрения, негативная вежливость играет более значимую роль, чем позитивная, что, однако, характерно для англоязычной лингвокультуры главным образом в повседневном общении, прежде всего в фатической коммуникации, и не может считаться универсальным принципом. Между тем, в процессе общения позитивная вежливость важна в не меньшей степени, чем негативная, хотя очевидно, что соотношение позитивной и негативной вежливости может быть различным в разных культурах.

Разные типы стратегий связаны с разными речевыми актами, которые можно рассматривать в качестве тактик, способствующих достижению стратегической цели или целей. Стратегии позитивной вежливости, которые направлены на сближение собеседников, демонстрацию взаимных симпатий, связаны, прежде всего, с

экспрессивами, основная функция которых состоит в выражении отношений говорящего к происходящему (приветствие, благодарность, оценка, комплимент и др.). Стратегии негативной вежливости, главная цель которых – демонстрация уважения личной автономии адресата, связаны прежде всего с побудительными речевыми актами, предполагающими оказание коммуникативного давления на слушающего, как, например, речевым актом совета, предполагающим действие слушающего в его собственных интересах.

Помимо вежливости дистанцирования и вежливости сближения, в основе которых лежат разнонаправленные коммуникативные действия, выделяются типы, или уровни, вежливости по стилистическому принципу – на основе трехчленной структуры языковых стилей: книжного, нейтрального и разговорного. Поскольку вежливость охватывает все стили речи, в ней, в соответствии с данной структурой, можно выделить высокий, средний и низкий уровни вежливости, или, соответственно, формальную, нейтральную и неформальную вежливости. Точкой отсчета является средний уровень вежливости, характерный для нейтрального стиля, который определяется как манера речи, закрепленная общественной традицией за нейтральными жизненными ситуациями, такими как деловое общение людей на работе, в магазине, в быту (Степанов 1975: 205). Нейтральный стиль лишен какой-либо специфической окраски – книжности или фамильярности. Высокий уровень вежливости (формальная вежливость) характерен для официального общения собеседников, разделенных значительной дистанцией, он подчеркивает дистантность и формальность отношений. Низкий уровень вежливости (неформальная вежливость) допустим при общении близких людей, он свидетельствует о высоком уровне интимности и солидарности и характерен для разговорно-фамильярного стиля речи. Уровни вежливости связаны с языковыми средствами, которые выбирает говорящий для реализации своих коммуникативных интенций. В том случае, если они соответствуют конкретному

коммуникативному контексту и коммуникативным ожиданиям партнера, на прагматическом уровне фраза будет воспринята как вежливая, независимо от того, как она построена, какие языковые средства в ней используются, хотя уровень вежливости будет различным. Но и в этом случае возможны межкультурные различия. Например, английское обращение Dear professor Smith в официальном письме незнакомых или малознакомых коммуникантов звучит вполне корректно, а в русском или армянском языках обращение «Дорогой» вместо «Уважаемый» или «Глубокоуважаемый» в официальном письме звучало бы совершенно неуместно. Точно также, обращения по имени к старшим по возрасту и статусу в английской культуре, характеризующейся незыблемостью интерперсональных границ, но допускающей их устранение на уровне горизонтальных отношений, с точки зрения русской и армянской лингвокультур являются фамильярными.

Национальная специфика вежливости может определяться грамматическими особенностями самого языка. Так, если в английском языке вопросительные вежливые просьбы конструируются главным образом с помощью модальных глаголов (can, could, may) и вспомогательных глаголов с модальным значением (will, would), то в армянском языке в силу отсутствия особой группы модальных глаголов характерно употребление вопросительных конструкций с прямой просьбой с глаголом в условном наклонении: Կփոխանցե՞ք այս գիրքը; Չե՞ք փոխանցի այս գիրքը (Երզնկյան, Արրահաճյան 2010:106).

Вежливость является относительным понятием и во многом определяется правилами, принятыми в различных коммуникативных ситуациях, характеризующихся такими существенными признаками, как: а) взаимоположение коммуникантов (равное, выше, ниже); б) степень социально-психологической дистанции; в) обстановка общения (официальная, неофициальная, непринужденная); г) возрастная характеристика и гендерная принадлежность

коммуникантов. Указанные социопрагматические факторы влияют как на стиль коммуникации в целом, так и на вербальные и невербальные проявления вежливости (например, в формальной ситуации следует быть более вежливым, чем в неформальной), которые могут различаться в разных культурах. Например, американцы при выражении совета используют императив главным образом в разговоре с человеком равному или ниже по статусу, своего возраста или младше и предпочитают ассертивные высказывания в разговоре с человеком выше по статусу и старше по возрасту. В армянской же речевой культуре, как и в русской, такие различия не делаются; весьма часто используются также косвенные речевые акты, при которых, например, приказ выступает в виде просьбы (Դուր ւեմք է ստորագրեք այս տեղեկանքը):

Таким образом, при рассмотрении вопроса о вежливости в межкультурном аспекте следует исходить из того, что понимание вежливости у разных народов различно. У одних народов вежливость может ассоциироваться с почтительностью и даже почитанием, у других – со скромностью, у третьих – с демонстративным вниманием к окружающим. В каждой культуре существует свой концепт вежливости. Разное содержание данного концепта находит свое отражение в языке и речи и проявляется в лексико-грамматических, функциональных, прагматических и дискурсных особенностях.

Помимо вышеупомянутых принципов важную роль в речевой коммуникации играют также и другие принципы, в том числе принцип взаимодействия, принцип речевого доминирования, принцип воздействия, принцип опережающей реакции и т.д. С точки зрения национально культурной специфики особо следует упомянуть принцип иронии и языковой игры, который характерен для английской речи. Суть этого принципа заключается в обыгрывании формы для достижения юмористического эффекта, поскольку иронии изначально присуще противоречие между сказанным и подразумеваемым, между истинными эмоциями и чувствами и между вербальной формой их проявления. Здесь

возможны остроумные высказывания, каламбуры, шутки, преувеличения и т. д.

Как отмечает С.Г.Агапова, этот, на первый взгляд, второстепенный, но на самом деле довольно значимый принцип, связанный со сферой проявления чувств, эмоций, этических и эстетических оценок, только тогда способствует созданию непринужденной обстановки разговора, достижению юмористического эффекта, снятию эмоционального стресса и т. д., когда он действует на фоне принципов сотрудничества, вежливости и взаимодействия.

Однако важно, чтобы оба коммуниканта обладали чувством юмора и правильно поняли иронию и шутку или чтобы оба, по крайней мере, были настроены понять ироничные или шутливые реплики друг друга, в противном случае коммуникативная цель одного из них – разрядить обстановку, подшутить над кем-то – не будет выполнена (Агапова 2004: 180).

По мнению Д.Кристалла, использование языковой игры, всякого рода каламбуров, шуток и загадок является характерной чертой англоязычного общения. Языковая игра, как и любая игра, регламентируется определенными правилами. Для нее, в частности, характерен особый способ говорения, очень часто сопровождаемый соответствующей мимикой, указывающей на то, что данное слово или высказывание являются частью языковой игры. Та часть слова, которая обыгрывается в каламбуре, произносится более подчеркнуто, при этом говорящий обычно принимает шутливо-самодовольный вид. Ожидается, что слушающий энергично отреагирует на игру слов говорящего минимально возможными способами ответа, например, усмешкой или характерным восклицанием. Очень важно, чтобы участники языковой игры не повторяли один и тот же каламбур дважды, однако, в отличие от шуток, повторение каламбура допустимо в ходе того же разговора через определенный временной интервал. Д.Кристалл считает, что для языковой игры нет особых гендерных и возрастных различий, равно как и различий в уровне образования и профессии, хотя

последние влияют на словарный запас человека. В каламбуре в качестве жанра языковой игры обычно используются слова, знакомые большинству людей. Например, вид кресла с отсутствующим подлокотником (равно как и человека с гипсовой повязкой на руке) может вызвать замечание: “Don’t worry, it’s ’armless” – каламбура, характерного для англоговорящих людей независимо от их уровня образования (Crystal 2001: 4-5).

Конечно, нельзя не учитывать личностные характеристики говорящих: кому-то лучше удаются каламбуры, а кто-то не так силен в игре слов. Но, тем не менее, использование языковой игры, как отмечает Д. Кристал, весьма частое явление в повседневном англоязычном общении, особенно среди людей, хорошо знакомых друг с другом. Причем, это делается не с целью передачи какой-либо информации, а исключительно ради забавы и удовольствия. Каламбуры и другие формы языковой игры используются для создания юмористического эффекта и специфичны для данного языка и культуры. Избегание участия в языковой игре, по мнению Д.Кристалла, является «признаком коммуникативного сбоя или даже патологии» (Crystal 2001: 8).

Юмор – универсальная категория, однако английский юмор привлекает к себе повышенный интерес в силу целого ряда присущих ему особенностей. Как отмечает К.Фокс, любой разговор англичан всегда окрашен юмором. Непременность его присутствия в разговоре – самое важное и примечательное правило относительно английского юмора. Его главная «характерная черта» – ценность, которую англичане ему придают, центральное место, которое занимает юмор в английской культуре и системе социальных отношений. В других культурах юмору отводится «время и место»; это особый, отдельный вид разговора. А в диалогах англичан, о чем бы они ни беседовали, всегда чувствуется скрытый юмор. «Даже приветствуя кого-то или обсуждая погоду, – пишет К.Фокс, – мы ухищряемся превратить свои слова в своеобразную шутку. Почти никогда разговоры англичан не обходятся без подтрунивания, поддразнивания, иронии, уничижительных замечаний, шутливого



самобичевания, насмешек или просто глупых высказываний. Мы генетически запрограммированы на юмор, настроены на него «по умолчанию», если хотите, и не можем произвольно включить или отключить эту опцию. Для англичан правила юмора равносильны законам природы: мы подчиняемся им автоматически, неосознанно, как закону всемирного тяготения» (Фокс 2008: 79-80).

В Англии в основе всех форм светского общения лежит скрытое правило, согласно которому запрещено проявлять «излишнюю серьезность». Англичане, как никакой другой народ, остро чувствуют разницу между «серьезным» и «выспренным», между «искренностью» и «пылкостью». Эти различия существенны для понимания английской самобытности. «Если вы не способны уловить эти ключевые нюансы, – пишет К.Фокс, – вам никогда не удастся понять англичан. Даже если вы в совершенстве владеете английским языком, вы все равно никогда не будете чувствовать себя уверенно в разговоре с англичанами. Пусть ваш английский безупречен, но ваша поведенческая «грамматика» будет полна вопиющих ошибок» (Фокс 2008: 80).

Правило «Как важно не быть серьезным» (“The Importance of Not Being Earnest”), повторяющее название известной комедии О. Уайлда «Как важно быть серьезным» с добавлением отрицательной частицы “not”, достаточно легкое. Серьезность приемлема, выспренность недопустима. Искренность дозволена, пылкость строго запрещена. Напыщенность, важничанье – вне закона. Серьезные вопросы можно обсуждать серьезно, но никто не должен воспринимать слишком серьезно *самого себя*. Способность посмеяться над собой – одна из самых привлекательных особенностей англичан (Фокс 2008: 80).

Принцип иронии и языковой игры характерен не только для неформального англоязычного общения, но и для вполне официального. Приведем несколько примеров из англо-американского политического дискурса. Весьма часто, американские и английские политики начинают свое выступление с шутки или смешного высказывания. Известной была приверженность бывшего президента США Рональда Рейгана к остроумным высказываниям, анекдотам, пословицам и поговоркам

(Humes 2007). Не прочь пошутить был и Барак Обама, в том числе и во время официальных выступлений в качестве президента страны. Например, свое выступление в университете Квинсленда в рамках саммита «Большой двадцатки» 2014 года в Брисбене (Австралия) он начал с заявления о том, что каждый раз, когда он приезжает в Австралию ему приходится встречаться с политиками в конференц-залах, вместо того, чтобы ходить на пляж: “Hello, Brisbane! It’s good to be back in Australia. I love Australia – I really do. The only problem with Australia is every time I come here I’ve got to sit in conference rooms and talk to politicians instead of go to the beach. [laughter]”<sup>11</sup>.

В своей Победной речи после президентских выборов в США 2012 г. Б.Обама, публично признавшись в любви к своей жене Мишель и сказав, что никогда прежде не любил ее так сильно, заявил, что он гордится своими дочерьми – Сашей и Малией и тут же пошутил, заявив во всеуслышание, чтобы те не рассчитывали на вторую собаку (первую они получили после победы Б.Обамы на президентских выборах в США 2008г.): “And I’m so proud of you guys. But I will say that for now one dog’s probably enough”<sup>12</sup>.

Бывший лидер лейбористской партии Великобритании Эд Милибэнд начал свое выступление на ежегодной партийной конференции в Манчестере в 2012 г. целым набором шуток о себе, о кандидате в президенте США на выборах 2012 года М. Ромни, о своих спичрайтерах и имиджмейкерах и даже о своем трехлетнем сыне: “It is great to be in Labour Manchester. And you know Manchester has special memories for me because two years ago I was elected the leader of this party. I’m older. I feel a lot older actually. I hope I’m a bit wiser. But I am prouder than ever to be the Leader of the Labour Party.

You may have noticed that doing this job you get called some names, some of the nice, some of them not so nice. Let me tell you my favourite; it was when Mitt Romney came to Britain and called me ‘Mr Leader.’ I don’t know about you but I think it has a certain ring to it myself, it’s sort of half-way to North Korea. Mitt, thanks a lot for that.

Let me tell you a bit of insight in to Conference. I always look forward to Conference. But the Leader’s Speech, as previous leaders will

attest, can be a bit of a trial. You get all kinds of advice from people. Say this, don't say that. Smile here, don't smile there. Stand there, don't stand there. Thanks Tony, Gordon and Neil for that. But sometimes you get a bit fed up with it as the Leader. And so the other day, and this is an absolutely true story, I decided that to get away from it all, the speechwriting, all of that, I'd go for a walk with my three year old son, Daniel. It was an absolutely gorgeous late summer day. So we went out, I wanted to go to the park. Here's the first thing he said to me: "Daddy, I can help you with your speech." I was like not you as well! He is a Miliband after all. And he said to me: "Daddy, you can't do it on your own." This is absolutely true, and I said "well that's a good Labour insight, you can't do it all your own. Daniel what do you want in my speech?" He said "I want dinosaurs! I want dinosaurs, I want flying dinosaurs! I want dinosaurs that eat people daddy!" I said, "No Daniel. We tried predators last year."<sup>13</sup>.

Лидер консервативной партии и премьер-министр Великобритании Дэвид Кэмерон в своих официальных выступлениях был обычно более сдержан, хотя порой и прибегал к ироничным высказываниям. Например, на партийной конференции 2010 года в Бирмингеме Д. Кэмерон заявил, что его партия победила на парламентских выборах того же года несмотря на то, что ее считали «мертвым попугаем»<sup>14</sup>.

Образ «мертвого попугая», который он позаимствовал из одного из самых популярных скетчей комик-группы Монти Пайтон, в свое время был использован премьер-министром Великобритании Маргарет Тэтчер, которая на конференции консервативной партии 1990 года сравнила символ либерально-демократической партии Великобритании и саму эту партию с «мертвым попугаем»: "Now, that brings me to the Liberal Party. *[laughter]* I gather that during the last few days there have been some ill-natured jokes about their new symbol, a bird of some kind, adopted by the Liberal Democrats at Blackpool. Politics is a serious business, and one should not lower the tone unduly. *[laughter]* So I will say only this of the Liberal Democrat symbol and of the party it symbolises. This is an ex-parrot. *[loud laughter and applause]*"

It is not merely stunned. It has ceased to be, expired and gone to meet its maker. [*laughter and applause*] It is a parrot no more. [*laughter*] It has rung down the curtain and joined the choir invisible. [*laughter*] This is a late parrot. [*laughter applause*]

And now for something completely different... [*laughter*] “<sup>15</sup>”.

М.Тэтчер не забывала и своих главных конкурентов – лейбористов. Например, она могла в ироничной форме обвинять некоторых из них в непонимании на чьей стороне находилась Великобритания в период холодной войны (Perhaps some people in the Labour Party think we are on the same side as the Russians!), а риторику лейбористов, особенно их левого крыла, называть «оруэлловским кошмаром» (Orwellian nightmare)<sup>16</sup>.

Для М. Тэтчер, как и подобает «железной леди», был характерен жесткий и бескомпромиссный стиль коммуникации, так что и юмор она использовала для дискредитации своих политических оппонентов. Как-то она даже сказала, что она не политик консенсуса, а политик убеждения: (“I am not a consensus politician. I’m a conviction politician”, 1979)<sup>17</sup>. О ее бескомпромиссной позиции красноречиво свидетельствует следующий отрывок из ее выступления на конференции консервативной партии в 1980 г. в котором она заявила, имея ввиду себя, что «леди не поворачивает»: “To those waiting with bated breath for that favourite media catchphrase, the “U” turn, I have only one thing to say. “You turn if you want to. The lady’s not for turning”. I say that not only to you but to our friends overseas and also to those who are not our friends”<sup>18</sup>.

Дж. Чартерис-Блэк рассматривает риторику М. Тэтчер в контексте мифа о кельтской царице Боудикке (the myth of Boudicca), которая являлась символом кельтского сопротивления римлянам и отличалась непреклонностью своего характера и бескомпромиссностью в борьбе с врагами. Видимо имея ввиду эти ее качества Дж. Чартерис-Блэк делает такое сравнение, отмечая тяготение М. Тэтчер к военной метафорике, употребление метафор конфликта и борьбы (Charteris-Black 2014). Примером такой риторики может служить ее речь, произнесенная в январе 1976 г.,

после которой она и получила прозвище «железной леди». В этой речи она призвала лейбористское правительство увеличить расходы на вооружение перед лицом советской угрозы и заявила, что многие сражения «Третьей мировой войны» уже ведутся на территории западных стран (“many of the battles in the Third World War are being fought inside Western countries”).

Заявив, что страна оказалась перед смертельной внешней угрозой, которую не замечают лейбористы (“Sedatives have been prescribed by people, in and out of Government, telling us that there is no external threat to Britain, that all is sweetness and light in Moscow, and that a squadron of fighter planes or a company of marine commandos is less important than some new subsidy”), она предупредила, что от выбора между правительством лейбористов и консерваторов будет зависеть будущее страны или как она выразилась «жизнь или смерть нашего типа общества»: “The Conservative Party must now sound the warning. There are moments in our history when we have to make a fundamental choice. This is one such moment – a moment when our choice will determine the life or death of our kind of society,- and the future of our children<sup>19</sup>”.

Выступая с речью перед своими сторонниками в Челтнеме (Cheltenham) 3 июля 1982 г. после окончания Фолклендской войны М. Тэтчер заявила, что страна добилась великой победы, которой она обязана гордиться (“Our country has won a great victory and we are entitled to be proud”). Поднимая тему величия Британии, она вспомнила времена Британской империи, когда четверть мира находилось под властью Британии и сказала, что с тех пор мало что изменилось в характере британцев: “There were those who would not admit it – even perhaps some here today -people who would have strenuously denied the suggestion but – in their heart of hearts – they too had their secret fears that it was true: that Britain was no longer the nation that had built an Empire and ruled a quarter of the world. Well they were wrong. The lesson of the Falklands is that Britain has not changed and that this nation still has those sterling qualities which shine through our history. This generation can match their fathers and grandfathers in

ability, in courage, and in resolution. We have not changed. When the demands of war and the dangers to our own people call us to arms – then we British are as we have always been: competent, courageous and resolute”.

Вопросы внешней политики она напрямую связала с внутренними вопросами и попыталась использовать фактор победоносной Фолклендской войны для убеждения железнодорожников прекратить забастовку: ”But that disreputable method is no longer open to us. Rightly this Government has abjured it. Increasingly this nation won't have it. Our people are now confident enough to face the facts of life. There is a new mood of realism in Britain. That too is part of the Falklands Factor. The battle of the South Atlantic was not won by ignoring the dangers or denying the risks. It was achieved by men and women who had no illusions about the difficulties. We faced them squarely and we were determined to overcome. That is increasingly the mood of Britain. And that's why the rail strike won't do...”.

Для стиля М. Тэтчер в рамках стратегии персуазивности как одной из основной стратегии политического дискурса характерны интертекстуальные ссылки на мнения авторитетных людей. Так, для подтверждения правильности своей собственной позиции и ее большей убедительности она процитировала отрывок из речи У. Черчиля, произнесенной после окончания Второй мировой войны, в котором он говорил о необходимости сплочения не только в период войны, но и в мирное время: “During this past week, I have read again a little known speech of Winston Churchill, made just after the last war. This is what he said: “We must find the means and the method of working together not only in times of war, and mortal anguish, but in times of peace, with all its bewilderments and clamour and clatter of tongues”. Thirty-six years on, perhaps we are beginning to re-learn the truth which Churchill so clearly taught us”.

Симптоматично, что М. Тэтчер активно использовала метафору огня, которая в конкретном контексте вполне коррелировала с метафорой войны: ”That, ladies and gentlemen, really

is the challenge we as a nation face today. We have to see that the spirit of the South Atlantic – the real spirit of Britain – is kindled not only by war but can now be fired by peace. ... We have ceased to be a nation in retreat. We have instead a new-found confidence – born in the economic battles at home and tested and found true 8,000 miles away. That confidence comes from the re-discovery of ourselves, and grows with the recovery of our self-respect. And so today, we can rejoice at our success in the Falklands and take pride in the achievement of the men and women of our Task Force. But we do so, not as at some last flickering of a flame which must soon be dead. No – we rejoice that Britain has re-kindled that spirit which has fired her for generations past and which today has begun to burn as brightly as before”<sup>20</sup>.

Таким образом, речевое общение, являясь одной из разновидностей целенаправленного поведения, подчиняется определенным коммуникативно-прагматическим принципам и правилам, соблюдение которых является предпосылкой для бесконфликтной коммуникации. В то же время многие из рассмотренных принципов и правил не только имеют определенную национально-культурную специфику, но и зависят от жанра, личного стиля коммуникаторов, ситуации общения и ряда других социально-прагматических факторов. Учет всего этого необходим при разработке и использовании соответствующих стратегий и тактик речевой коммуникации, которые будут рассмотрены в следующем параграфе.

## **2. Коммуникативные стратегии и тактики англоязычной речевой коммуникации**

Исследование коммуникативных стратегий и тактик является одним из актуальных направлений современной лингвистики. Этот исследовательский объект изучается в работах многих зарубежных и российских ученых (см.: Верещагин, Костомаров 1999; Гойхман, Надеина 2001; Иссерс 2003; Дейк 1998; Brown, Levinson 1987; Fox 2005 и др.).

Исследователи по-разному трактуют понятие «коммуникативные стратегии». Мы придерживаемся точки зрения тех лингвистов, которые в своих исследованиях коммуникативных стратегий и тактик основываются на понимании речевой коммуникации как одного из видов жизнедеятельности человека, в которой всегда преследуются цели, направленные на удовлетворение определенных коммуникативно-деятельностных потребностей личности (Гойхман, Надеина 2001; Иссерс 2003 и др.).

В теории языка отличают пять видов коммуникации: познавательную, убеждающую, экспрессивную, суггестивную, ритуальную. Для каждой из них характерны свои цели и ожидаемый результат, условия организации, а также коммуникативные формы и средства.

Для выбора манеры речевого поведения (тактики общения) методологически важно определить оптимальную стратегию коммуникации. Стратегия – это линия поведения коммуниканта, обусловленная его свернутым речевым опытом. Соответственно стратегия речевого поведения коммуниканта связана с нормами используемого им функционального стиля и соответствующих жанров, с правилами сферы и конкретной ситуации общения, а также с личностными (социально-ролевыми психологическими) характеристиками самого коммуниканта (Барташова 2010: 6).

О.А Барташова в качестве основных выделяет следующие стратегии речевого поведения:

1. Стратегия стандартизованности находит свое выражение в типичных и регулярно функционирующих средствах на всех уровнях языковой системы, а также в стандартных и устоявшихся паралингвистических средствах. Лексические актуализаторы стратегии – клишированные средства и терминология. Синтаксическими актуализаторами являются устойчивые формулировки: штампы, типичные модели выражения директивности и стандартные неличные конструкции.

2. Стратегия информационной полноты отвечает требованию точности речи. В текстах она достигается избыточностью



информации; эта намеренная полезная избыточность обеспечивает сохранность информации по ходу взаимодействия коммуникантов. Стратегия информационной полноты реализуется использованием языковых единиц с разной степенью свернутости/развернутости, детализированности и обобщенности. Ее главные актуализаторы – это словообразовательные форматы, уточняющие и дополняющие значения лексем, распространенные синтаксические конструкции (однородные уточняющие члены предложения и т.д.), сложные многозвенные предложения.

3. Стратегия краткости, отвечая требованию лаконичности речи, в чем-то противоречит стратегии информационной полноты и отражает «конфликт» общекоммуникативных постулатов и максим. Эта стратегия предполагает, что коммуникант должен исходить из экономии времени, материала, языковых и паралингвистических средств и одновременно дозировать информацию, исходя из ее необходимости и достаточности. Говорящий /слушающий должен также учитывать прессупозиции и представления своего адресата о жанре письма.

4. Стратегия логической ясности соответствует содержательному признаку логичности официально-делового стиля и одновременно соответствует двум максимам Г.П.Грайса: качества и манеры. Эта стратегия определяет обоснованность суждений и требует от автора достаточных оснований для сообщения.

5. Стратегия вежливости отражает принципы как речевого, так и неречевого поведения. Актуализаторы стратегии вежливости принадлежат к наиболее конвенционализированным областям речевой практики, это явления этикета, «вежливая» лексика, грамматически сложные синтаксические конструкции, смягченные коммуникативные намерения и непрямые формулировки (Leech 1985: 338-339)

6. Стратегия естественности связана с тем, что в последние годы наблюдается тенденция отказа от церемонности и тяжеловесности стиля; нормой становится естественность речи.

7. Стратегия экспрессивности также обусловлена

особенностями жанра, позволяющими коммуниканту самовыражение и проявление эмоций. Степень экспрессивности отдельного текста связана и с психологической индивидуальностью авторов. Стратегия экспрессивности актуализируется, прежде всего, лексическими эмотивами: усилительными частицами, лексемами со значением категоричности, экспрессивными фразеологизмами, а на уровне синтаксиса – использованием восклицательных и вопросительных предложений.

8. Стратегия социального престижа: исходя из того, что речь должна способствовать утверждению социального престижа говорящего/пишущего, мотив предпочтения авторами тех или иных лингвистических средств расценивается как социальный. На уровне содержательно-графических характеристик текста эта стратегия актуализируется сложностью формуляра и его реквизитов, а также использованием новейших компьютерных «мастеров»: шаблонов и стилей (Барташова 2010: 6-8).

Ни одна из стратегий речевого поведения не имеет абсолютного характера, т.е. не является доминирующей и способной гарантировать устойчивость и успешность речевой коммуникации. Подобно общекоммуникативным принципам, стратегии могут не согласовываться друг с другом и даже вступать в конфликт в зависимости от жанра и коммуникативной ситуации (Там же: 8).

Для изучения коммуникативных стратегий и тактик и разграничения данных терминов важен тезис о *вариативности речевого поведения*. В данной связи О.С. Иссерс отмечает, что «решение коммуникативной задачи допускает несколько способов. Участники диалога корректируют свои действия в зависимости от ситуации, оставаясь в рамках единой сверхзадачи» (Иссерс 2003: 52). По мнению некоторых авторов стратегия предстает как когнитивный процесс, в котором говорящий соотносит свою коммуникативную цель с конкретным языковым выражением. В зависимости от поставленной цели каждый участник коммуникации совершает выбор определенных языковых (вербальных и невербальных) средств, соответствующих его личностным

(ценностным, когнитивным и поведенческим) характеристикам. Цель коммуникации и различные способы ее решения соотносятся с понятиями коммуникативной стратегии и тактики.

Таким образом, под коммуникативной стратегией мы понимаем совокупность речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели. Коммуникативную тактику мы трактуем как конкретные речевые действия, способствующие реализации стратегии.

Понятие «*коммуникативная стратегия*» тесно связано, но не идентично таким понятиям, как «*речевой акт*» и «*речевой жанр*».

Теория речевых актов, основоположниками которой являются Дж. Остин и Дж. Серль, достаточно разработана. Согласно Н.И. Формановской под речевым актом понимается высказывание, порожаемое и произносимое с определенной целью и вынуждаемое определенным мотивом для совершения практического или ментального (как правило, адресованного) действия с помощью такого инструмента, как речь / язык (Формановская 2002: 111).

Понятие «*речевой жанр*» становилось объектом исследования в работах, посвященных лингвистике текста и риторике. Большинство исследователей речевых жанров (Дементьев 2010; Иссерс 2003; Вежбицка 2007 и др.) основываются на концепции М.М. Бахтина, который определял речевые жанры как «относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» (Бахтин 1979: 241 – 242).

Согласно О.С.Иссерс, одним из отличий между указанными понятиями является то, что речевые акты и коммуникативные стратегии относятся к сфере *речевых действий*, а речевые жанры обращены к сфере *текстов как результатов действий* (Иссерс 2003: 73). Однако, нельзя отождествлять речевой акт с речевой стратегией. Речевой акт по определению всегда есть *высказывание*, которое, как известно, является основной единицей общения. В отличие от речевых актов коммуникативные стратегии и тактики не ограничиваются высказываниями, а включают в себя также использование единиц *фонетического, лексического,*

*грамматического и текстового уровней, а также различных паралингвистических средств.*

Основанием для второго отличия сравниваемых понятий является полифункциональность речи, иными словами, наличие нескольких целей в реальном общении. Основные цели коммуникативных стратегий являются долгосрочными, рассчитанными на «*конечный результат*» («глобальное намерение» по ван Дейку). Цели же речевых актов и речевых жанров ограничены конкретной коммуникативной ситуацией, одним эпизодом. В данном смысле речевые акты и речевые жанры сближаются с коммуникативными тактиками, которые решают *отдельные задачи*, а в комплексе своем направлены на достижение основной цели коммуникации (Иссерс 2003: 73-74).

Коммуникативные стратегии и речевые жанры очень тесно пересекаются друг с другом в том плане, что, во-первых, выбор того или иного жанра можно рассматривать как тактику, реализующую определенную стратегию. Например, для реализации стратегии рекламы могут быть в зависимости от ситуации использованы различные речевые жанры, а именно объявление в газете, журнале или на интернет-сайте, «флайер», рекламный плакат, рекламный радио- или видеоролик, рекламный проспект, беседа с потенциальными клиентами и т.д.

Во-вторых, коммуникативные стратегии и тактики находят свое практическое применение в высказываниях, которые письменно или устно фиксируются в виде текстов, соответствующих всегда тому или иному речевому жанру. Именно тексты как результат речевой деятельности позволяют выявлять и изучать различные коммуникативные стратегии и тактики. Так, в каждом тексте можно обнаружить различные коммуникативные тактики, проявляющиеся в использовании фонетических, лексических, грамматических, текстовых и паралингвистических средств, с целью реализации основной коммуникативной стратегии. Например, в рекламных видеороликах можно выявить риторическую тактику привлечения внимания, которая обнаруживается в использовании

оценочно-экспрессивной лексики, метафор, текстовых реминисценций, риторических вопросов, синтаксического и фонетического параллелизма и др. Иными словами, тексты, в которых находят материализацию различные речевые жанры, являются также материалом для исследования коммуникативных стратегий и тактик.

Поскольку основополагающей характеристикой коммуникативных стратегий является их целевая направленность, то все предлагаемые исследователями классификации коммуникативных стратегий основываются на различных *типологиях речевых целей*.

Цели речи одними из первых рассмотрели древнегреческие мыслители, занимающиеся риторикой. Аристотель в общеизвестной «Риторике» предложил первую классификацию речей по цели, подразделив их на *совещательные, судебные и эпидейктические* (Аристотель 2000: 14). Однако, как по этому поводу замечает А.К. Михальская, Аристотель называет целью оратора предмет речи, «современная же лингвопрагматика и риторика считают целью говорящего тот результат, который он, сознательно или несознательно, хочет получить от своей речи » (Михальская 1996: 54).

Классификация Аристотеля лежит в основе многих современных риторических концепций, наиболее распространенной и известной из которых является модель американского ученого П. Сопера, который предлагает выделять *развлекательные, информационные и агитационные* речи. Последние в свою очередь он подразделяет на *воодушевляющие, убеждающие и призывающие к действию* (Сопер 1995: 41-45).

Классическим примером воодушевляющей речи может служить Геттисбергская речь А. Линкольна. Как отмечает П. Сопер, «она не содержала новых данных, ее идеи не были новы, она не стремилась убедить или побудить к действию. И все же это, пожалуй, одна из величайших речей современности» (Сопер 1995: 46). Предлагаемая П. Сопером типология речей по цели может лечь

в основу классификации коммуникативных стратегий. Так, например, можно рассматривать стратегии передачи информации, убеждения, призыва к действию и т.п.

О.С. Иссерс замечает, что в реальном общении говорящий часто имеет не одну цель: «Даже один мотив допускает несколько целей, а обычно поведение личности обусловлено несколькими мотивами. Поэтому эффективность речевой стратегии оценивается по достижению максимального количества целей либо в зависимости от их иерархии: наиболее желательные цели должны быть достигнуты в первую очередь» (Иссерс 2003: 101). Соответственно О.С. Иссерс разграничивает *первостепенные* и *второстепенные* цели. Первостепенными являются цели, ради которых и планировалась коммуникация. Они инициируют коммуникативный процесс и управляют речевыми действиями. Второстепенные цели являются производными от разнообразных мотивов человеческой деятельности и служат своего рода границами, которые определяют вербальный выбор, тип речевого поведения.

Разграничение двух названных типов целей находит отражение в развиваемой О.С. Иссерс типологии, в которой коммуникативные стратегии подразделяются на основные (первостепенные) и вспомогательные (второстепенные). *Основной* является стратегия, которая на данном этапе коммуникативного взаимодействия является наиболее значимой с точки зрения иерархии мотивов и целей. Она направлена на решение именно той задачи, ради которой было затеяно общение, например, стратегия убеждения.

*Вспомогательные* стратегии способствуют эффективной организации общения. О.С. Иссерс выделяет следующие вспомогательные стратегии:

1. *прагматические* (коммуникативно-ситуативные) стратегии, учитывающие все компоненты коммуникативной ситуации (автор, адресат, канал связи, коммуникативный контекст и др.), например, стратегия самопрезентации (раскрытия образа

автора), статусные и ролевые стратегии, эмоционально настраивающие стратегии;

2. *диалоговые* стратегии, которые направлены на решение задач контроля за организацией диалога, например, стратегия контроля над темой, стратегия контроля над инициативой;

3. *риторические* стратегии, в рамках которых используются различные риторические техники эффективного воздействия на адресата, например, стратегия привлечения внимания (Иссерс 2003: 106-107).

Недостатком данной классификации сама О.С. Иссерс называет условность и приближенность. Так, например, сложно разграничить прагматические и диалогические стратегии. Однако важен сам факт понимания того, что в любом акте коммуникации говорящий, помимо основной цели, учитывает и второстепенные задачи общения, без решения которых коммуникация не будет достаточно эффективной, т.е. решение второстепенных задач влияет на успешность достижения основной цели коммуникации.

Существуют и другие классификации коммуникационных стратегий. Например, Р. Кларк и Дж. Делия утверждают, что в «каждой коммуникативной ситуации обязательно имеются три типа целей: инструментальные (для чего затеян разговор), интеракционные (когда само взаимодействие включает обмен сообщениями) и цели самопрезентации (цит. по: Иссерс 2003: 74).

Очевидно, что классификация целей Р. Кларк и Дж. Делии во многом соотносится с типологией стратегий О.С. Иссерс. Так, инструментальные цели соответствуют основным, а интеракционные цели и цели самопрезентации – вспомогательным стратегиям. Интеракционные цели можно соотнести как с прагматическими, так и с диалоговыми стратегиями. Различие сравниваемых типологий заключается в том, что в типологии коммуникативных стратегий О.С. Иссерс самопрезентация отнесена к типу прагматических стратегий, а в классификации целей Р. Кларк и Дж. Делии самопрезентация выделена в отдельную группу.

Понятие «самопрезентация» тесно связано, но не равнозначно понятиям «идентичность». Психологи предлагают понимать под *идентичностью* совокупность представлений о себе, образов «Я», самооценок. Под *самопрезентацией* в психологии понимается «процесс сообщения другим людям, чем мы являемся, или поведенческое выражение того, что мы чувствуем в свой адрес и думаем о себе».

Из приведенных дефиниций можно сделать вывод, что понятие «идентичность» имеет когнитивную направленность, а понятие «самопрезентация» – коммуникативную направленность.

Очевидно, что тип самоподачи зависит от целей и условий общения, социальных установок человека. В личностно-ориентированном дискурсе часто имеет место использование искренней самопрезентации, тогда как в институциональном дискурсе на первый план выдвигается манипулятивная самопрезентация.

В центре нашего внимания находится манипулятивная форма самопрезентации личности, так как именно она предполагает стратегическое планирование коммуникации.

Понятие «самопрезентация» особенно активно исследуется в рамках политического дискурса, где особенно важно создание соответствующего имиджа. Большинство лингвистических работ по проблеме «самопрезентации» выполнено в русле исследований *политического дискурса*. Одной из основных целей политика является цель понравиться избирателям, поэтому стратегия самопрезентации играет в политическом дискурсе одну из самых важных ролей. По словам О.Н. Паршиной, имидж политика является частью его профессионального успеха, и чем точнее будет выстроен имидж, тем эффективней будет коммуникация с избирателями (Паршина 2004: 43).

Понятие «имидж» имеет *когнитивное основание* и его можно трактовать как закрепленный в нашем сознании образ человека, который формируется на основе нашего опыта общения с этим человеком, и на который мы опираемся, вступая с этим человеком в



коммуникацию. Отличие данного понятия от термина «идентичность», которое, как было сказано выше, также имеет когнитивную направленность, состоит в том, что «идентичность» является представлением человека о самом себе, а «имидж» – представлением других людей об этом человеке.

В некоторых случаях стратегия самопрезентации одновременно является *основной и вспомогательной*. Речь идет о таких коммуникативных ситуациях, в которых самопрезентация является первостепенной целью говорящего. Часто такие ситуации возникают в политическом дискурсе.

О.С. Иссерс выделяет следующие *предпосылки для изучения и функционирования коммуникативных стратегий и тактик*:

1. коммуникативные предпосылки

- вариативность речевого поведения (решение коммуникативной задачи допускает несколько способов);
- несоблюдение говорящими принципа кооперации Грайса (люди стремятся воздействовать на собеседника, навязать ему свое мнение, увернуться от ответа, скрыть нежелательные для них факты и т.д.);

2. когнитивные предпосылки

- различия в картинах мира коммуникантов (любое высказывание есть воздействие на восприятие и структурирование мира другим человеком, поэтому стратегии с когнитивной точки зрения могут быть описаны как совокупность процедур над моделями мира участников ситуации общения; например, формирование и преобразование базовых когнитивных категорий);

3. лингвистические предпосылки

- языковое варьирование (одно и то же содержание сообщения может передаваться различными лексическими, грамматическими и другими способами);

4. социологические и психологические предпосылки

- социальные конвенции и психологические

особенности личности (мотивировка выбора той или иной стратегии объясняется существующими в обществе нормами и психологическими характеристиками говорящего);

5. риторические предпосылки

- проблема эффективности коммуникации (существуют специальные приемы привлечения либо отвлечения внимания, фокусирования и т.д., целью которых является оптимизация речевого воздействия);

6. эстетические предпосылки

- эстетическое удовольствие говорить косвенно («говорить прямо человеку с высокой языковой компетенцией попросту скучно») (Иссерс 2003: 53-55).

К этой классификации несомненно следует добавить и национально-культурные предпосылки, которые могут проявляться почти во всех из перечисленных предпосылках функционирования коммуникативных стратегий и тактик. В настоящей работе нами уже приводились и еще будут приведены примеры, подтверждающие наличие национально-культурной специфики коммуникативных стратегий и тактик; но в настоящий момент остановимся на национально-культурной специфике принципа вежливости и ее отражении в речевой стратегии и тактике.

Как уже отмечалось, вступая в общение, собеседники, придерживаясь принципа сотрудничества и кооперации, заинтересованы в том, чтобы поддерживать и сохранять лицо друг друга. Для этой цели они используют целую систему коммуникативных стратегий, включающих такие понятия, как позитивная вежливость (*positive politeness*) и негативная вежливость (*negative politeness*), которые имеют противоположную направленность. Каждый из этих типов вежливости представляет собой систему коммуникативных стратегий, при помощи которых достигаются основные цели вежливого общения.

Одними из первых модель вежливости разработали известные социолингвисты и антропологи П.Браун и С.Левинсон (Brown, Levinson 1987), которую они представили в своей работе

под названием «Вежливость; некоторые универсалии в использовании языка» (Politeness: Some Universals in Language Usage.), которое уже само по себе предполагало наличие определенных универсалий. Согласно П.Браун и С.Левинсону, концепция лица (concept of face) отражает желание всех людей поддерживать и сохранять собственный имидж. Однако, лицо можно не только сохранить, но и потерять, поэтому в ходе общения следует постоянно следить за тем, чтобы не допустить угроз потери лица. По мнению авторов, некоторые речевые акты, как, например, просьбы, по сути, несут в себе угрозу сохранению лица и должны быть смягчены. Поэтому, говорящий должен иметь разработанную стратегию вежливости, позволяющую снижать угрозы потери лица, присущие таким речевым актам (Brown, Levinson 1987: 24).

Авторы модели выделяют понятия «позитивного лица» (positive face) и «негативного лица» (negative face), под которыми они понимают два важнейших аспекта вежливости: сохранение положительного имиджа личности и избегание ограничения свободы личности. В соответствии с указанными аспектами они выделяют следующие четыре типа речевых актов, угрожающих сохранению лица: акты, угрожающие негативному лицу слушающего (свободе действий), например, приказ, совет, угроза, предупреждение; акты, угрожающие позитивному лицу слушающего (самоимиджу), например, жалоба, критика, несогласие, обсуждение запретных тем; акты, угрожающие негативному лицу говорящего (свободе действий), например, принятие предложения, принятие благодарности; акты, угрожающие позитивному лицу говорящего (самоимиджу), например, извинение, принятие комплимента, признание (Brown, Levinson 1987: 65-66).

С точки зрения стратегии вежливости П.Браун и С.Левинсон выделяют две разновидности вежливости: положительную и отрицательную. **Отрицательная (негативная) вежливость** ориентирована на негативное лицо адресата, сохранение свободы в поступках, соблюдение должной дистанции между коммуникантами, уклонение от коммуникативного конфликта. Она

направлена на минимизацию использования речевых актов, угрожающих лицу собеседника, проявлений невежливости в высказывании и характеризуется определенной вербальной и невербальной стратегией – формальным стилем общения, косвенностью при выражении просьб, использованием необязывающих, уклончивых высказываний, эвфемизации и т.п. **Положительная (позитивная) вежливость** направлена на сохранение положительного имиджа собеседника (позитивное лицо), связана с максимальным выражением уважения и почтения к адресату, характеризуется дружеским, неформальным стилем общения и преследует цель уклонения от разногласий и достижения согласия.

Согласно П.Браун и С.Левинсону, стратегия вежливости используется тогда, когда речевой акт может быть воспринят как угрожающий лицу собеседника. Например, использование в качестве просьбы по одалживанию денег высказывания “I’m out of cash. I forgot to go to the bank today” является примером негативной вежливости. При определении того, насколько данный речевой акт угрожает позитивному или негативному лицу адресата адресант должен учитывать следующие три фактора: властные (иерархические) отношения между говорящими («выше – ниже»), социальную дистанцию («свой – чужой»), степень возлагания обязательств на собеседника. Хотя П.Браун и С.Левинсон признают, что данные факторы культурно обусловлены и могут различаться в зависимости от культурного контекста, они, тем не менее, считают, что их учет позволяет адекватно оценить степень вежливости высказывания (Brown, Levinson 1987:17).

Анализируя модель Вежливости П.Браун и С.Левинсона с точки зрения межкультурной коммуникации, Х.Боу и К.Мартин отмечают то, что она главным образом рассматривает категорию вежливости в контексте речевых актов, угрожающих сохранению лица. Между тем коммуникация состоит не только из речевых актов, угрожающих сохранению лица, она включает в себя самые разнообразные способы обеспечения уважительного отношения к

собеседнику, в том числе посредством прямого речевого выражения уважения по отношению к старшим по возрасту или статусу, причем не только в азиатской культуре, где оно является обязательным, но и в англоязычной. Кроме того, модель П.Браун и С.Левинсона направлена скорее на сохранение лица говорящего, чем собеседника, хотя имеются культуры, где сохранению лица собеседника придается не меньшее, если не большее значение. С точки зрения коллективистских культур упор на сохранение лица индивида и его свободы действий также не может являться приемлемым.

Модель П.Браун и С.Левинсона была подвергнута критике рядом исследователей также и в связи с тем, что в ней проводится прямая связь между понятием вежливости и косвенности речи. Согласно авторам модели, чем менее определенным является намерение высказывания, тем более вежливым выглядит само высказывание; и наоборот, чем более определенным и ясным является намерение высказывания, тем менее вежливым является оно. Однако, как показали исследования целого ряда авторов, взаимосвязь между уровнем вежливости и косвенности речи различна в разных культурах<sup>21</sup>.

Среди коммуникативных стратегий особое место занимает стратегия не прямой коммуникации. Подробный анализ планируемой и непланируемой не прямой коммуникации в сферах общения, сообщения и воздействия содержится в работе В.В. Дементьева (Дементьев 2006).

Теория речевых актов сложилась в рамках лингвистической философии на основе идей английского логика Джона Остина (John Austin), развитых впоследствии американским логиком Джоном Серлем (John Searle).

Характерной чертой теории речевых актов Дж.Остина и Дж.Серля является трактовка речевого высказывания как **действия**. Если все прежние логико-философские трактовки использования языка были сосредоточены на отношении языкового высказывания к истинно или ложно отражаемой в нем действительности, то в данной теории центр тяжести переносится на то, какое действие

совершает или пытается совершить говорящий, используя высказывание, каких целей он при этом стремится достичь. Согласно данной теории, нельзя понять сущность языкового употребления, ограничиваясь изучением отношения высказывания к действительности, необходимо включать в рассмотрение отношение высказывания к говорящему и адресату.

Высказывания, которые являются осуществлением действия – обещания, просьбы, приказания, предупреждения и т.д., Дж.Остин называет *перформативными* (performative от performance – выполнение, осуществление) и считает, что любой язык в первую очередь перформативен. Поскольку перформативные высказывания не являются описаниями, к ним неприменима характеристика истинности – ложности, их можно оценивать только с позиции выполнимости – невыполнимости (Austin 1962: 5).

Согласно теории речевых актов, нельзя понять сущность языкового употребления, ограничиваясь изучением отношения высказывания к действительности с точки зрения **истинности – ложности**, необходимо включать в рассмотрение отношение высказывания к говорящему и адресату.

Рассматривая языковое употребление под таким углом зрения отношения высказывания к говорящему и адресату, речевая модель Дж.Остина представляет структуру речевого акта в качестве трехуровневого образования, состоящего из локутивного, иллюкутивного и перлокутивного актов. Отмеченная в данной модели «тройственная природа» речевого акта помимо всего прочего объясняет и то, как может произойти коммуникативная неудача даже если говорящий и слушающий принадлежат к одной культуре, почему полное понимание сообщения, т.е. совпадение иллюкутивного и перлокутивного актов, в реальной коммуникации происходит очень редко (Bowe, Martin 2009: 15).

В теории речевых актов проводится различие между **прямыми** и **косвенными** речевыми актами. В прямых речевых актах иллюкутивная цель говорящего непосредственно манифестируется с помощью специально предназначенных для

этого языковых маркеров – иллокутивных показателей. Так, цель побуждения адресата к действию в речевых актах побуждения прямо выражается либо соответствующими перформативными лексическо-синтаксическими конструкциями (*it is prohibited, you are requested, I do ask you*, и т.п.), либо императивной формой смыслового глагола (*Do it; Don't do it*, и т.п.). Та же самая цель побуждения может быть выражена и косвенно, т.е. с помощью показателей, исходно предназначенных для маркировки других иллокутивных целей: выражения желания, чтобы что-то было сделано (*I'd like you to do it*), или вопроса о будущих действиях адресата (*Will you be passing the post office?*), либо о его способностях осуществить действие (*Can you call me back this afternoon?*). Известная из риторики фигура речи, называемая риторическим вопросом, также является косвенным речевым актом, так как риторический вопрос задается не для того, чтобы получить в ответ какую-либо информацию, а для того, чтобы констатировать факт или высказать мнение (*How can I express my thanks to you?*).

В широком смысле косвенным можно назвать всякий коммуникативный акт, как вербальный, так и невербальный, действительная цель которого не выражена явно. При такой трактовке вставание одного из собеседников из-за стола можно рассматривать как косвенный коммуникативный акт информирования адресата о том, что разговор окончен. В этом смысле к косвенным речевым актам можно отнести намеки, аллюзии, инсинуации и тому подобные способы непрямого информирования.

Что дает использование косвенных речевых актов вместо прямых или каковы прагматические эффекты косвенности? Во-первых, косвенная форма, как правило, повышает этикетность коммуникативного акта, так как один из главных принципов вежливости состоит в предоставлении адресату большей степени свободы реагирования. Во-вторых, как считает И.М.Кобозева, косвенность «развязывает руки» автору высказывания, позволяя ему, если это понадобится, сказать, что он имел в виду только

буквальный смысл сказанного (Кобозева 2003).

Х.Боу и К.Мартин отмечают, что Дж.Остин, П. Серль и Г. П. Грайс одними из первых обратили внимание на разницу между прямыми и косвенными высказываниями. Они подчеркнули важность контекста в плане его влияния на интерпретацию высказывания и показали каким образом могут просходить импликации и инференции. В своей работе “How to do things with words”, написанной в 1962 г., Дж.Остин попытался определить разницу между коммуникативной формой, т.е. тем, что говорит адресант (locution), коммуникативным намерением, т.е. тем, что он в действительности имеет ввиду (illocution), и коммуникативным эффектом, т.е. тем, что адресат думает, что имеет ввиду адресант (perlocution). Это особенно важно с точки зрения межкультурной коммуникации, так как на интерпретацию речевых сообщений в виде импликаций и инференций (не буквального, а скрытого смысла высказываний) большое влияние оказывают культурные нормы и ожидания коммуникантов. Как отмечают Х.Боу и К.Мартин, именно на этом уровне – уровне чтения между строк – зачастую проявляются культурные отличия, которые, в свою очередь, могут привести к недопониманию в межкультурном общении (Bowe, Martin 2009: 9). Если говорить о политической коммуникации, то в ней также первостепенное значение имеет третий, перлокутивный уровень речевых актов, так как первостепенная задача политической коммуникации заключается в оказании воздействия на реципиента и его убеждение в нужном для адресанта направлении.

Информация, закодированная в высказывании с помощью языковых средств, неоднородна по степени легкости и осознанности ее декодирования. Часть информации в высказывании выражается эксплицитно, т.е. с помощью языковых средств, специально предназначенных для ее непосредственного выражения. Именно на этой части содержания высказывания, по замыслу его автора, должно сосредоточиваться сознание адресата. Эксплицитная информация осознается адресатом как та мысль, ради выражения которой и было употреблено данное высказывание. Но помимо



эксплицитной информации практически любое высказывание содержит имплицитную информацию, которая характеризуется пониженной коммуникативной значимостью и косвенностью кодирования. Эта информация тоже передается адресату, но в отличие от эксплицитной она в меньшей степени контролируется его сознанием, сосредоточенным на эксплицитной информации. Как отмечает И.М.Кобозева, это свойство имплицитной информации часто используется с целью манипулирования сознанием: сомнительные идеи «протаскиваются» именно в этой, слабее контролируемой части содержания высказывания (Кобозева 2003), что характерно именно для политического дискурса.

В лингвистической семантике различается несколько видов имплицитной информации в высказывании, из которых с точки зрения изучаемого вопроса особенно важны такие ее виды, как пресуппозиция и импликатура дискурса.

Во всяком высказывании, независимо от его иллокутивного типа (сообщение, вопрос, требование и т.п.), можно выделить содержащееся в нем утверждение, или ассерцию – то, что, собственно, говорящий сообщает, спрашивает или требует, и пресуппозицию – те фоновые аспекты содержания высказывания, которые являются или подаются как само собой разумеющиеся и не подлежащие сомнению, причем критерием пресуппозитивности той или иной части информации, передаваемой предложением, является сохранение ее при преобразовании данного предложения в отрицательное или вопросительное, т.е. когда отрицательное или вопросительное предложения не подвергают отрицанию и не ставят под вопрос информацию (Там же).

Чем больше зона пересечения или общего пресуппозиционного фонда лингвокогнитивных пространств коммуникантов, тем адекватнее будет коммуникация. Часть лингвокогнитивных пространств, не попадающих в зону пересечения или в общий пресуппозиционный фонд, отражает субъективно-специфический опыт партнёров по коммуникации или то поле смыслов, которое они не хотят или не могут разделять друг с

другом. Как отмечает Л.Куликова, полное отсутствие пресуппозиции (общего фонда знаний), а также полное наложение индивидуальных знаний и представлений, теоретически возможно, но практически вряд ли встречаемо в реальной жизни (Куликова 2006: 35-36). Это же мнение встречаем у Ю.М.Лотмана: «В нормальном человеческом общении и, более того, в нормальном функционировании языка заложено предположение об исходной неидентичности говорящего и слушающего. В этих условиях нормальной становится ситуация пересечения языкового пространства говорящего и слушающего. В ситуации непересечения общение предполагается невозможным, полное пересечение делает общение бессодержательным» (Лотман 1992:10).

Импликатуры дискурса – это умозаключения, которые делает адресат высказывания, опираясь на максимы (правила) речевого общения. Исходя из презумпции соблюдения автором высказывания принципа коммуникативного сотрудничества и всех поддерживающих его максим, адресат мысленно достраивает содержание высказывания таким образом, чтобы примирить сказанное с принципом коммуникативного сотрудничества. Как отмечает Дж.Финч, интерпретация смысла высказывания в значительной мере зависит от степени общих знаний у говорящего и слушающего. Эти общие знания, называемые пресуппозицией, а также основанные на них инференции (выводы) позволяют логически интерпретировать высказывания. Однако, как считает Дж. Финч, существенной проблемой, связанной с процессом логической интерпретации является то, что нет абсолютного средства определения предела для наших логических инференций. Интонация, контекст, жесты, мимика и т.д. могут придавать дополнительный смысл высказыванию и соответственно порождать дополнительные инференции. Иными словами, пишет Дж.Финч, поскольку смысл или сила высказывания в значительной степени зависит от импликаций или импликатуры, нельзя быть совершенно уверенным относительно полного понимания значения высказывания (Finch 1998: 163-164). Кроме того, объективные

сложности речевой коммуникации связаны с самой природой слов, многие из которых не однородны по своему смысловому значению, так как неоднородно и наше понимание их значений. Поэтому, очень часто намерение говорящего отличается от того, что он в действительности сказал, и от того, что понял из сказанного слушающий. Неудивительно, поэтому, что полное понимание сообщения, т.е. совпадение иллокутивного и перлокутивного актов, в реальной коммуникации происходит весьма редко (Finch 1998: 134).

Как отмечает О.А Барташова, в основе речевого поведения и коммуникативных стратегий лежат предпочтения коммуникантов, актуализирующиеся автоматически и реализующиеся в использовании определенных средств коммуникации. Коммуникативный акт требует от коммуникантов минимальных коммуникативных навыков в выборе и осуществлении подходящей стратегии. На исход коммуникации, помимо личностных особенностей коммуникантов и ряда социальных факторов, влияет их коммуникативная компетентность. Последняя зачастую сводится к умению воздействовать на собеседника таким образом, чтобы склонить его на свою сторону, убедить в силе своих аргументов и добиться осуществления собственных интересов. Особенно ярко это проявляется в мире политики, где успех коммуникации в значительной степени зависит от умения убедительно склонить партнера на свою сторону, что и определяет актуальность умения воздействовать на собеседника.

Коммуникативная компетентность включает умение вести себя адекватно в ситуации и использовать ее преимущества для достижения собственных целей. В рамках своей коммуникативной компетентности мы прибегаем к различным правилам и приемам коммуникативного поведения, направленным на достижение определенных целей и интересов как явных, так и скрытых. Такая целесообразная совокупность правил и приемов называется риторикой убеждения (Барташова 2010: 8-9).

В основе речевого акта лежит интенция говорящего, т.е.

желание, для реализации которого будут предприняты определенные шаги. Интенциональное воздействие осуществляется четырьмя способами: 1. Посредством авторитета, законной власти, носителя более высокого институционального статуса; 2. посредством манипуляции, т.е. маскируемой власти; 3. посредством убеждения, аргументации; 4. посредством силы, физической и психической (Там же: 12-13).

Интенция может быть манифестируемая (проявляемая) и латентная (скрытая). Латентная интенция не поддается лингвистическому анализу, а манифестируемая интенция может быть заданной и выводимой. Косвенные речевые акты соотносятся с выводимой интенцией. Общение на уровне выводимого смысла всегда присутствует в нормальном человеческом взаимодействии, участники общения всегда что-то домысливают. Однако мера явно выраженного и мера подразумеваемого смысла могут выходить за рамки ожиданий адресата. Многое зависит от жанра и условий общения.

Косвенные речевые акты проявляются как рассогласование между значением и смыслом высказывания, между выраженным и подразумеваемым содержанием, между собственным и ситуативно обусловленным значением. При этом рассогласование может варьироваться в определенных пределах: приказ может быть выражен в виде просьбы, совета, вопроса или констатации, но мало вероятен в виде комплимента.

Использование речевых стратегий и тактик особенно характерно для политического дискурса и, в частности, в контексте речевых манипуляций как особого типа персуазивного коммуникативно-речевого действия. Исходя из приведенного определения, речевая манипуляция нацелена на то, чтобы вызвать то или иное отношение/действие адресата именно в интересах отправителя сообщения, не обязательно совпадающих с интересами адресата. При этом адресат часто не распознает эту коммуникативную установку на управление его поведением или мнением. Рассмотрим некоторые языковые способы реализации

персуазивности.

Персуазивность возможно рассматривать как потенциальный прагматический смысл отдельных языковых единиц. Это означает, что существует целый ряд лингвистических явлений – и лексического, и грамматического, и стилистического уровней языка, обладающих сильным воздействующим потенциалом и способных выдвигать те или иные связанные с ними смыслы в центр внимания. Это такие языковые единицы, в семантике которых заключена положительная оценочность: например, патриотизм, прогресс, борьба за свободу, уникальный, новый, качественный, эффективный, удобный, лучший и т.п.

Усилению позитивного признака способствуют относительные местоимения, типа самый (the most), наречия очень (very), весьма (rather) и др. Также это средства семантической гиперболизации оценки, как позитивной, так и негативной (marvelously, awfully) интенсификации признака, типа super, ultra, extra, mega и т.п.

Потенциальной воздействующей силой обладают все риторические фигуры, тропы, средства образности. Именно поэтому они являются распространенным, типичным средством реализации персуазивной стратегии не только в рекламе, но и политике.

Персуазивными следует считать различные средства диалогизации и интимизации изложения, способствующие установлению контакта с адресатом, сокращению дистанции между отправителем и получателем сообщения:

- формы обращения к адресату с помощью личных местоимений, прямого названия потенциального адресата или обращений-вопросов "Britain needs you at once" (ср. рус. «Ты записался добровольцем?»)
- императивы (побудительные конструкции), типа "Deserve victory!"
- вопросительные конструкции, среди которых выделяют риторические вопросы и вопросы, имитирующие интерес адресата к обсуждаемому предмету. Риторические вопросы,

как известно, нуждаются в однозначном положительном или отрицательном ответе, предполагаемом самим вопросом.

Перечисленные языковые средства, а так же другие традиционные риторические фигуры способны участвовать в семантическом и структурном выдвигании нужной информации. Они служат средством привлечения внимания адресата, создания броского, запоминающегося, неординарного образа, и поэтому они, безусловно, участвуют в управлении вниманием и пониманием сообщения.

Говоря об их персуазивном потенциале, В.Е. Чернявская подчеркивает, что этот потенциал реализуется только и именно в условиях текстового целого, объединенного коммуникативной интенцией убедить, побудить адресата к принятию какого-либо решения или к какому-либо действию. Сами по себе, отдельно взятые, эти языковые средства не обладают персуазивным значением. Они только обладают персуазивным потенциалом, который может раскрыться в соответствии с мотивом – коммуникативной интенцией – отправителя сообщения, т.е. в системе текста. И уже в своей совокупности единицы, получающие персуазивное значение, участвуют в выдвигании нужного смысла в рамках текстового целого (Чернявская 2006: 33).

Говоря о персуазивности как о ведущей коммуникативной стратегии в определенных текстах, как, например, политических, В.Е. Чернявская отмечает, что термин «коммуникативная стратегия» обозначает своего рода план по оптимальному воплощению определенного коммуникативного намерения отправителя сообщения; план, который регулирует 1) содержание/тему информации, закладываемой им в текст; 2) тот коммуникативный эффект (реакцию адресата), к достижению которого он стремится; 3) выбор и комбинирование языковых средств, обеспечивающих речевое формулирование задуманных целей высказывания.

Исследователи выделяют следующие персуазивные стратегии, действующие в общественно-политической коммуникации: 1. Стратегия создания убедительности высказывания;

2. Стратегия релевантности высказывания. Первая направлена на погашение, нейтрализацию мнений, отличных от мнения отправителя сообщения. Вторая нацелена на погашение индифферентности, безразличия партнера. 3. Стратегия привлекательности. Она реализуется главным образом через риторические приемы создания привлекательного эффекта – через занимательность, неожиданность, парадоксальность сообщения. 4. Стратегия акцентирования признаков. При этом субъект воздействия имеет целью создание неповторимого образа с чертами уникальности и броскости (Там же: 47).

Языковые средства, участвующие в создании персуазивного эффекта, могут принадлежать различным языковым уровням: фонетическому, лексическому, грамматическому, синтаксическому; участвует и графический уровень оформления высказывания. Рассмотрим наиболее эффективные речевые приемы и средства для решения задачи склонить другое лицо на свою сторону, заставить его думать и действовать определенным образом, так и не иначе.

Одним из наиболее действенных коммуникативных ходов будет – представить некую точку зрения, оценку, мнение не как единичные, принадлежащие только и именно субъекту речи, но как общеизвестные истины. Для этого нужно создать впечатление, внушить адресату, что отправитель сообщения мыслит и говорит так, как многие, и многие говорят и мыслят, как он. Этот прием можно назвать созданием семантического поля «свои». Для подобных целей часто используется так называемые инклюзивные местоимения 1-го л. мн. ч. мы (we). Особенность этого местоимения заключается в том, что оно может объединять в своей семантике отправителя и получателя сообщения. «Мы» и соответствующее притяжательное местоимение «наше» (our) может стать расширенным обозначением отправителя речи, с помощью которого он объединяет себя в адресантной функции с другими лицами. Создается эффект коллективного отправителя сообщения (не следует смешивать это понятие с «мы авторской скромности», например, в научной речи). Например, частотный анализ речи

Д.Камерона, произнесенной в Абердине 15 сентября 2014 г. накануне референдума по вопросу о независимости Шотландии, показывает, что наиболее частотным смысловым словом было местоимение *we*, чем он хотел подчеркнуть, что он отражает не свое личное мнение, а мнение всей страны. Этот собирательный эффект прослеживается в политических текстах, обращенных к широкой аудитории избирателей. В программах политических партий семантика коллективного отправителя очевидна, так как речь идет об утверждении мнения определенной группы лиц, многих приверженцев одной политической партии. Одновременно в семантике рассматриваемого местоимения могут объединяться автор и адресат – сторонник, партнер, сочувствующий, т.е. «мы» имеет значение «мы все, каждый из нас».

Семантика *я/мы* содержит Я отправителя сообщения и Я адресата, выступая как их собирательное обозначение. Любой и каждый мог бы сказать (подумать, расценить) то же. Схема общности может быть выражена не только инклюзивным местоимением *we/мы* и коррелирующими с ним *our, us*, но и такими лексическими единицами, как *common, shared, whole, one nation, all*.

Установить контакт с адресатом и включить его в состав «своей позитивной группы» можно лингвистически через указание на круг своих потенциальных адресатов. При этом формулировки обязательно содержат положительную оценку, например: Ко всем патриотам! Актуализировать адресата можно и через обращение к нему с помощью соответствующих личных и притяжательных местоимений *ты, вы (you)*; *твой, ваш (your)* выбор, долг.

Особую роль в управлении сознанием играет прием подачи информации по принципу противопоставления «своих/своего» «чужим/чужому». Как отмечает В.Е.Чернявская, такое разделение на «мы и другие» выполняет несколько функций. Так, через подобное противопоставление сложные явления можно представить как простые, сложные аргументы заменить однозначными утверждениями, на действительно сложные вопросы можно дать один простой ответ: виноваты другие. И наконец, такое двуполярное



разделение мира на своих и чужих позволяет каждый раз по-новому, в зависимости от интересов отправителя устанавливать круг своих и круг чужих. В языковом отношении «свое» предстает в семантическом окружении единиц с позитивной оценкой, а «чужое» и вообще «другое» оценивается негативно. Здесь нет промежуточных возможностей, но только полярные противопоставления типа «Победа или смерть»; «Кто не с нами – тот против нас» (Там же: 52).

С точки зрения языковых средств здесь наиболее частотны стилистические фигуры антитезы и контраста. Прием черно-белого изображения как наиболее частотный отмечается в текстах тоталитарных режимов, в так называемых тоталитарных дискурсах. В советское время это представлялось как оппозиция белые – красные, коммунисты – некоммунисты, большевики – меньшевики, капитализм – социализм, плановая – рыночная экономика. В целом построение оппозиции «свои – чужие» является одним из основных манипулятивных приемов, выделяемых практически всеми исследователями этой проблемы. Этот прием особенно часто используется в речах лидеров политических партий, в партийных предвыборных программах.

Действенным приемом речевого манипулирования является опора на стереотипы, некие общественные, социальные нормы, или квазинормы, и в целом опора на авторитет. Стереотип – это упрощенное, заранее принятое в общественном сознании представление, не вытекающее из собственного опыта человека. Стереотип – это предзаданная «картинка мира» в голове человека, накладывающая на его восприятие, оценки, определенная рамка, отсекающая иные возможные суждения и оценки.

В современной психологии и психолингвистике представляет большой интерес проблема закономерностей образования повторяющихся языковых формул, базирующихся на феномене стереотипа. При этом в науке говорится о лингвоментальных стереотипах, т.е. особых мыслительных конструктах, которые сохраняются в сознании с помощью языкового знака (Там

же: 53).

В создании речевых стереотипов основополагающую роль играют ключевые слова. Ключевые слова следует понимать как наиболее значительные, распространенные в социальных дискуссиях, общественно значимые слова. Исследователи проблемы речевых манипуляций часто говорят о ключевых словах в связи с «захватом понятий», с помощью которых те или иные группы, партии, правительства правят массами. Речь идет о сознательном преимущественном отборе одних понятий и неупотреблении других. Многие понятия имеют широкое значение, и будучи включенными даже в «семантически пустые» фразы, они тем не менее обладают воздействующей силой. Ср.: свобода, демократия, справедливость, права человека, свобода слова, европейские ценности, прогресс, наука и проч. Стереотипными словами-понятиями могут становиться слова с семантикой «новое», «новизна», способные сами по себе внушать положительную оценку. Сочетания типа «новый опыт, новые данные, новая модель, новое направление» вызывают стойкие ассоциации с движением вперед, улучшением качества.

Опора на количественные данные, процентные соотношения, в целом, на статистическую информацию – типичное средство воздействия на адресата в политической коммуникации и создания позитивного образа «своего». Особую роль численные данные начинают играть в программных документах, партийных листовках, выступлениях политических деятелей перед избирателями.

Помимо лексических средств манипулирования адресатом, имеются также грамматико-синтаксические средства лингвистической демагогии, имеющие наибольшее распространение при переформировании оценок и мнений. В таких пассивных конструкциях как *The compromise is decided upon* или *The compromise seems to be decided upon*, в которых субъект действия/речи опущен, не называется прямо, выражаемая точка зрения (мнение, оценка) не связывается ни с одним лицом. Невыраженность субъекта речи – это грамматико-синтаксическое средство создания плотного окружения

вокруг позиции отправителя сообщения, аналогичное показанным выше лексико-семантическим средствам манипуляций. Мнению одного человека или ограниченной группы людей придается таким образом эффект массовости, объективности. Подобный коммуникативный эффект достигается в английском языке с помощью пассивных конструкций с глаголами *seem, believe, consider*; конструкций с семантикой говорения, сообщения чего-либо типа *is said, is announced*. Исключение субъекта как источника информации усиливает объективный, «как если бы» нейтральный характер изложения. Вуалируется субъективная сторона формулируемой в таком виде информации, поскольку трудно сказать с опорой на контекст, «кому так кажется, думается» и проч. Одновременно автор снимает с себя персональную ответственность за сделанные утверждения (Там же : 60).

К этим конструкциям примыкают и конструкции с квазиэксплицитным субъектом типа *they say, sources say*. Неопределенная характеристика отправителя сообщения, невозможность идентифицировать его с конкретным лицом, ответственным за информацию, делает высказывание равносильным бессубъектному, даже несмотря на формальное грамматическое присутствие субъекта. При этом манипулятивная сила таких конструкций меньше по сравнению с действительно безличными. Если в ситуации с «*they say*» у адресата может возникнуть скептический вопрос «*who they*», «*what are the sources*», то конструкции с «*is said*» надежнее иммунизируют против возможных переспросов.

Абсолютный или относительный характер утверждений зависит в целом от наличия или отсутствия перформативных глаголов. Перформативный глагол делает высказывание эквивалентным самому действию: «я клянусь, я полагаю, я утверждаю, советую сделать», уже означает соответствующее действие. Введение перформативного глагола дает возможность оценить все высказывание с точки зрения истинности или ложности, субъективности/объективности.

Безусловным персуазивным средством является многократное использование повелительных конструкций и утвердительных предложений, их повтор, лексический и синтаксический параллелизм, т.е. повтор на лексическом и синтаксическом уровне. Это типично повторяющиеся языковые средства, слагаемые внушения.

Создание в текстовой ткани образа оппонента является действенным приемом управления адресатом. Высказывание строится так, что несуществующему оппоненту, третьему лицу, приписывается определенное мнение. Затем вводится аргументация, опровергающая эту якобы существующую, фиктивную точку зрения. Таким образом происходит утверждение собственной позиции – в ненавязчивой форме (Там же : 61-62).

Действенным средством языкового манипулирования является навязывание пресуппозиций, когда пропозиция лингвистически скрыта в структуре предложения и подается как исходная информация, т.е. тема сообщения. Подобный механизм структурирования и подачи информации может использоваться для того, чтобы ввести скрыто для адресата то, что он не захотел бы принять как явную информацию, например, *Being the most powerful state in the world, the USA is ...* («The USA is the most powerful state in the world»); *(President Bush's perfect economic plan is not surprising as... (President Bush's economic plan is perfect »)*. В таких моделях под видом объективной, исходной информации подается, по существу, субъективная оценка отправителя сообщения.

Особым персуазивным приемом может стать интертекстуальная отсылка к другим конкретными текстами, которые на данный момент трудно проверить.

Например, в обращении Барака Обамы к армянской общине в связи с Днем памяти жертв геноцида армян можно наблюдать использование сразу несколько из указанных выше речевых манипуляций, в том числе достаточно частотное употребление местоимение *we*, уклонение от прямого названия конкретного события, о котором идет речь (использование ничего не значимого

для англоязычного читателя армянского слова Medz Yeghern вместо genocide, интертекстуальная отсылка к своим предыдущим письмам на данную тему, которые могут быть и неизвестны читателю и др.).

Таким образом, для политического дискурса характерно использование разных манипулятивных практик. Сформулированный в 1975 году Г.П. Грайсом прагматический подход к принципам и нормам коммуникации основывался на известных коммуникативных максимах, подразумевающих, что вклады каждого из участников в коммуникативный процесс должны иметь правдивый, релевантный, законченный характер. Однако, как отмечает Т. ван Дейк, данные принципы с трудом могут быть применимы к реальному языку и речи: «люди говорят неправду, и зачастую подобная стратегия полностью себя оправдывает; люди недоговаривают, и на это могут быть самые различные причины; наконец, нерелевантные формы речи представляют собой один из основных элементов наполнения нашей повседневной коммуникации» (Дейк 2013: 259). По его мнению, манипуляции, используемые особенно часто в политической коммуникации, являются социальным «злом» не только потому, что нарушают коммуникативные максимы и правила коммуникации, но и потому, что в демократическом обществе носят нелегитимный характер, поскольку воспроизводят или могут воспроизводить неравенство, так как «они направлены на защиту интересов властных групп и адресантов и подавление интересов лишенного власти большинства» (Там же: 259-260). Поэтому, по его мнению, важной научной задачей является выявление того, каким образом манипулятивные дискурсы достигают своих целей в каждом отдельном коммуникативном событии (Там же: 260).

Как отмечает Т. ван Дейк, структуры политического дискурса формируются на основе общей идеологии или политической стратегии положительной саморепрезентации и отрицательной репрезентации оппонентов. Стратегия позитивной саморепрезентации диктует выбор эксплицитной и имплицитной информации; при этом первая реализуется непосредственно в речи

оратора, а вторая подается в форме намеков. Идеология партии обеспечивает отбор таких убеждений из контекстной модели, которые подтверждают положительные качества сторонников данной группы и отрицательные качества ее противников. Использование типичного в политической сфере местоимений “we” и “our” указывает на то, с какими группами ассоциирует себя говорящий. Однако, нужно учесть, что подобная групповая самоидентификация не носит объективный характер, а служит частью моделей и социальных репрезентаций говорящих, которые уже имеют групповую принадлежность. В условиях конкретной специфической речи такие самоидентификации имеют стратегическую направленность («мы, демократы») и исключают других («мы в Англии» – по отношению, в первую очередь, к белому населению) (Там же: 217-218). Дискурсивная поляризация «мы vs. они», типичная для политического дискурса, отражает не только ментальные репрезентации тех, о ком говорят («англичане» vs. «мусульмане»), но и категории участников (как они представлены в контекстных моделях), к которым обращаются в коммуникативной ситуации («мы как консерваторы» vs. «они как лейбористская оппозиция»)).

### **3. Тактико-стратегические особенности построения англоязычного политического дискурса**

В политическом дискурсе реализуются стратегии стандартизованности, информационной полноты, краткости, логической ясности, убеждения. Функция воздействия (убеждения) является важнейшей для политического языкового пространства и обуславливает острую потребность политической сферы общения в оценочных средствах выражения. На лексическом уровне в политическом дискурсе задействованы из литературного языка почти все средства, обладающие свойством оценочности. В качестве примера можно привести такие оценочные слова как *ruling clique*, *political volte-faces*, *scribbler*, *rush work*, библеизмы (“scapegoat”,

“stumbling block”) и т.д.

Однако в политическом дискурсе используется не только готовый материал, политические клише и шаблоны. Под влиянием воздействующей функции политического дискурса публицистика преобразует, трансформирует слова из разных сфер языка, придавая им оценочное значение. Для этой цели используется также специальная лексика в переносном значении: *political farce*, *legal tragedy*, *parody on democracy*, *drama of the whole nation*, *pre-election marathon*.

Воздействующая сила публицистического стиля проявляется и в синтаксисе, конструкции которого, как правило, сжаты, емки, лаконичны, в нем, в отличие от научно-технического языка, редко встречаются сложные грамматические конструкции и обороты. Таким образом, реализуются стратегии стандартизованности, стратегия информационной полноты, краткости и стратегия логической ясности.

В политическом дискурсе часто даются ссылки на факты и события дня, которые могут быть понятны только тем, кто знаком с этими событиями. Особенно популярны аллюзии на персонажи и эпизоды из Библии, политической истории, мифов-нарративов и т.д.. Можно сказать, что аллюзия – это речевой фразеологизм в отличие от языковых фразеологизмов, которые фиксируются словарями как единицы словарного состава языка.

На основе изучения публичных выступлений действующих американских и британских политиков можно выделить следующие частотные риторические техники:

1. использование клише (*fair war*), штампов (*agressor-terrorist*), стереотипов (*arabian terrorist organizations*), *Putin's Russia*;
2. оценочная лексика (*poor victims*, *terrorist regime*, *the lawless presidency*, *crime*, *violence*);
3. лексика с эмоциональными и экспрессивными коннотациями (*regime built on terror*, *democracy and freedom at work*);
4. многократные лексические повторы;
5. использование эвфемизмов и перефраз (*anticoalition*

activities, lost their lives);

6. сложность дефинитивности терминов (democracy, human rights, establishment of a free press);

7. демонизация противника.

Успешная коммуникация с аудиторией реализуется на грамматическом, лексическом и синтаксическом уровнях.

На лексическом уровне реализуются следующие стилистические приемы:

1. Антитеза часто бывает оформлена параллельными конструкциями, которые, в свою очередь, могут сопровождаться повторами. Различные виды повторов могут быть элементами нарастания.

2. Повтор в самых разнообразных композиционных формах является наиболее характерным стилистическим приемом, свойственным стилю публичных выступлений.

3. Метафоры и сравнения, выполняя коммуникативную задачу убеждения, часто привлекаются авторами публичных выступлений в качестве аргументации..

4. Часто используются аллюзии. Характер этих аллюзий связан как с содержанием выступления, так и с уровнем аудитории, на которую данная речь рассчитана.

5. Книжная лексика и эфоническая (благозвучие) отделка текстов тоже относится к стилистическим средствам, направленным на достижение коммуникативной задачи убеждения.

6. Синонимические повторы, выражая одну и ту же мысль, дают возможность сделать то или иное добавление, так или иначе расширить, детализировать основное содержание высказывания.

На синтаксическом уровне успешная коммуникативная стратегия предполагает следующие приемы:

1. Использование параллельных конструкций. Содержание, выраженное в параллельных конструкциях, воспринимается особенно легко. Однотипность формы способствует более быстрому охвату содержания высказывания в целом.

2. Вопросительная форма предложения и в особенности



риторические вопросы. Вопрос является непосредственным обращением к аудитории и, тем самым, способствует выполнению контактоустанавливающей задачи – установлению более тесного контакта между политиком и аудиторией. Кроме того, смена интонации, вызываемая вопросительной формой, привлекает внимание слушателей, прерывая однообразие интонационного рисунка речи.

3. Анафорические повторы позволяют создать у аудитории ощущение эмоционального напряжения.

Используемые на лексическом уровне речевые манипуляции направлены на реализацию стратегии воздействия и убеждения читателя

Речевые стратегии имеют характерные лексико-стилистические формы реализации.

Стратегия стандартизованности реализуется с помощью клише и речевых шаблонов. Если подходить с точки зрения процесса кодирования и коммуникативной стратегии, то клише-трафареты значительно облегчают задачу политика, т.к. они уже организованы ритмически. Вместе с тем они нередко избавляют автора от необходимости придумывать соответствующие образы (Барташова 2010: 38).

При этом наиболее важным для успешной коммуникации политика с аудиторией являются:

Стратегия информационной полноты, которая реализуется с помощью повторов с целью детализации;

Стратегия логической ясности, которая реализуется за счет структуры текста и характера приводимых аргументов. (нарушение данной стратегии приводит к коммуникативным неудачам)

Стратегия экспрессивности, являясь ключевой в стиле публичных выступлений, достигается наиболее эффективно за счет лексических средств и иногда маскирует коммуникативные неудачи;

Стратегия политкорректности, которая определяется как основополагающая при выборе стилистических средств и форм для реализации успешной политической коммуникации.

Кроме того используется стратегия краткости, которая реализуется за счет компрессии, в частности, использования клишированных синтаксических конструкций (Там же).

Вышеуказанные стилистические приемы направлены на реализацию прагматического потенциала текстов публичных выступлений и правильное их использование позволяет избежать коммуникативных неудач.

Очень важным в ораторском искусстве является умение по-разному преподносить слушателям один и тот же материал в зависимости от собственных целей и объективных обстоятельств. Одна из наиболее эффективных методик обрамления содержания речи на сегодняшний день – это фрейминг, который известен как важный составляющий элемент нейролингвистического программирования. Под фреймом, как уже отмечалось, понимается контекст рассмотрения любой вещи, с помощью которого можно менять оттенок восприятия этой вещи. Так как на одно и то же явление можно взглянуть по-разному, под разным углом зрения, то умение варьировать фокусировку и разносторонне смотреть на вещи помогает находить нужные направления для создания новых идей, способствует созданию предпосылок для креативности и развитию творческого мышления.

Методика фрейминга, позволяющая по-другому взглянуть практически на любую ситуацию, является одним из актуальных видов речевых стратегий, особенно в политическом дискурсе, поскольку она может задавать нужное для адресанта восприятие информации адресатом, обеспечивать соответствующие целям высказывания интерпретации, вызывать нужные ассоциации, нужный для отправителя сообщения перлокутивный эффект.

Когнитивно-семантический и риторический компоненты аргументации взаимосвязаны, т.к. активизируя тот или иной фрейм у адресата, говорящий может воздействовать как на интерпретацию сообщения, так и на последующие действия адресата. Очень часто в риторических стратегиях используются фреймы, одним из компонентов которых является ценностно-значимое понятие.

Принцип создания риторического эффекта заключается в том, что заполняя один из слотов фрейма таким понятием, последнее распространяет положительную оценку на весь фрейм (Вашталова 2009: 12-13).

Так, согласно Ю.С. Вашталовой, чаще всего понятие *freedom* занимает слот объекта защиты во фрейме *defense*, который активизируется посредством глагола *defend* в таких сочетаниях как *defend freedom*, и существительного *defense* в *the defense of freedom*. Во фрейме *defense* присутствуют три ядерных слота: субъект нападения, жертва и защитник. Субъект нападения может конкретизироваться в зависимости от исторического периода, защитником, как правило, выступают США, а жертвой эксплицитно выступает ценность *freedom*. В соответствии с таким распределением ролей действия США по защите ценности *freedom* оцениваются положительно (Вашталова 2009: 13). Таким образом, поскольку *freedom* представляет собой абсолютную ценность, то любые действия по ее защите, в том числе и военные, приобретают положительную оценочность.

Таким образом, при введении в структуру фрейма понятия с закрепленной оценкой, оценка внутри всего фрейма может меняться. Причем, это касается слов, обладающих как априорной положительной так и отрицательной оценкой. Например, предложенный Дж. Бушем фрейминг внешней политики США после теракта 11 сентября 2001 года, *war on terrorism*, определил положительную оценку понятия *war* в сочетании с отрицательной оценкой понятия *terrorism* и временно обусловил превращение антиценности *war* в ценность. Как отмечает Ю.С.Вашталова, в риторике Дж. Буша выражение *war on terrorism* исключает возможность неодобрения войны, т.к. согласно прескрипции общественной морали *terrorism* представляется абсолютным злом. Действия США по борьбе с таким противником оцениваются как высоко моральные, т.е. *war* становится положительной ценностью (Там же: 10-11).

Используемые в риторических стратегиях фреймы могут меняться за счет фрейминга или перехода от старого видения ситуации к новому, предлагаемому оратором. Так, Барак Обама в своей речи по Ираку в 2006 г. заявив, что доводы правительства, на основании которых было осуществлено вторжение в Ирак, не соответствовали действительности, выразил свое ироническое отношение к любимому лозунгу Джорджа Буша war on terror, назвав войну с терроризмом «политическим футболом»: “Americans were originally persuaded by the President to go to war in part because of the threat of weapons of mass destruction, and in part because they were told that it would help reduce the threat of international terrorism.

Neither turned out to be true. And now, after three long years of watching the same back and forth in Washington, the American people have sent a clear message that the days of using the war on terror as a political football are over. That policy-by-slogan will no longer pass as an acceptable form of debate in this country”<sup>22</sup>.

Предлагая другой фрейминг ситуации Б. Обама меняет созданную Дж. Бушем положительную оценку выражения war on terror на отрицательную за счет интерпретации последней через, казалось бы, несовместимое с военной ситуацией понятие спортивной игры. Анализ короткой истории ценностной структуры war on terror, показывает, что оценка может вторгаться в систему ценностей и менять ее, однако такие изменения могут быть временными и зависеть от политического курса страны. Таким образом, введение новых именованных явлений действительности оказывается проявлением языка как деятельности, направленной на изменение мира (Вашталова 2009: 14).

Обращение к ценностно-значимым понятиям в текстах политических речей позволяет не только усилить пафос выступления и сохранить преемственность системы ценностей, но и создать новые смыслы за счет фрейминга и нового видения ситуации. Принцип действия фрейминга как процесса формирования нового смысла заключается в использовании новых языковых средств описания, приводящего к созданию новых

смыслов и изменению существующего понимания положения вещей.

Многие риторические стратегии включают такие способы фрейминга как противопоставление, оценку, персонификацию, языковую игру, риторический вопрос, а также использование высказываний о ценностях и обращение к прецедентным текстам и др. Стратегия обращения к таким значимым в американской культуре прецедентным текстам как Библия, Конституция, Декларация независимости, Геттисбергская речь А. Линкольна направлена как на сохранение традиции, так и на повышение экспрессивности за счет авторитетности и общеизвестности источника (Вашталова 2009: 15-16). В то же время они преследуют цель не только сообщить информацию, но и путем фрейминга убедить, оказать эмоциональное воздействие, вызвать доверие аудитории к выступающему, привлечь внимание адресата, показать, что адресант разделяет ценности, заложенные в упоминаемых документах. Этому способствует то обстоятельство, что, как уже отмечалось, при введении в структуру фрейма понятия с закрепленной оценкой, оценка внутри всего фрейма может меняться.

Как отмечает Ю.С.Вашталова, американская политическая риторика выросла из религиозного дискурса пуритан и обладает своей особой спецификой: диалогическое построение, убеждение посредством цитат и аллюзий к прецедентным текстам, простота изложения, связь с повседневной жизнью, обращение к здравому смыслу, нравоучительство. Эти признаки американского политического дискурса являются константными (Вашталова 2009: 12). Константными являются и те ценности, используемые в американском политическом дискурсе, которые имеют априорную положительную оценку. Среди них центральное положение занимают такие ценности как freedom, peace, leadership, democracy, God, happiness, American dream, имеющие большую устойчивость и высокую частотность употребления в американском политическом дискурсе (Вашталова 2009: 12-13)

Риторические стратегии и тактики позволяют выявить национально-культурную специфику конкретного политического дискурса. Национально-культурная специфика политического дискурса обуславливается тем обстоятельством, что являясь важной сферой жизни общества, политическая коммуникация отражает его основные социокультурные процессы, в том числе и уровень его национального самосознания. Как отмечает Н.В. Сальникова, прагматика политической коммуникации, характеризующаяся высокой степенью интенциональности и определяющая речевое воздействие как основную цель коммуникации, основывается, в первую очередь, на манифестации национально-культурных ценностей, которые определяют политический курс ратора. Национально-культурные ценности, будучи базисными установками этноса, переходят в устойчивые компоненты национального самосознания, образуя единство взглядов и убеждений политического ратора и народа (Сальникова 2011: 7). Соответственно национально-культурная специфика проявляется на всех уровнях речевого воздействия – этоса, логоса и пафоса.

Так, этос речей американских президентов составляют такие базовые для американского общества ценности, как свобода личности, «американская мечта», патриотизм и др., использование которых позволяет им добиваться доверия аудитории и решения своих стратегических целей.

При анализе этносных характеристик американской лингвокультуры исследователи выделяют такие национально-культурные ценности американского общества конца XX – начала XXI вв. как личный успех, активность и упорный труд, эффективность и полезность, независимость и самодостаточность, прогресс, свобода личности, перемены, соперничество, состязание, «американская мечта», свободное сотрудничество, волонтерство и гуманизм, наука и образование. Они находят свое отражение в речах политических деятелей в качестве национально-культурной составляющей их риторики.

Например, этос риторики Р. Рейгана, которого принято считать «великим коммуникатором», составляют такие ценности, как свобода личности, «американская мечта», свободное сотрудничество, патриотизм и др. Опираясь на данные ценности, являющимися общеамериканскими, президент сумел добиться доверия народа, был переизбран на второй срок и сумел оказать существенное воздействие на мировое развитие, положив конец «холодной войне».

С точки зрения категории логоса для публичных выступлений Р. Рейгана характерно использование прагматически релевантных средств убеждения. Исследователи отмечают богатство и разнообразие его лексикона, определенность и точность используемых понятий, правильность, чистота, лаконичность и связность речи, композиционная стройность, уместность, целесообразность и логическая завершенность высказывания. Логос ритора характеризуется умением говорить убедительно и уверенно, призывая общество к действиям и переменам (Там же).

Пафос публичных выступлений создается набором лингвориторических средств, среди которых наиболее прагматически значимыми являются метафора, анафора, эпитет, антитеза, анадиплосис, риторический вопрос. Особенности пафоса лингвориторической традиции американской культуры характеризуются обширным набором экспрессивных средств создания выразительности. Для американского публичного выступления, помимо вышеуказанных лингвориторических средств, характерно частое использование шуток, анекдотов, рассказывание притч, что особенно ярко проявлялось в национально-культурной риторике Р. Рейгана. Речевую коммуникацию Р. Рейган сделал главной функциональной особенностью своего президентства, которое было «президентством через риторику» (Федяшин А. Рональд Рейган – 40-й президентский феномен)<sup>23</sup>. Особенно важным в коммуникации Р. Рейгана было создание образа «своего простого человека», находившего для всех слова сочувствия и поддержки. Как отмечают аналитики, в век массовых коммуникаций и

телевидения «Рейган первым понял, что умение подавать себя, шутить, просто и понятно общаться с соотечественниками – это те самые качества, которые могут заменить президенту все то, чем он не обладает» (Там же).

Для речей Р. Рейгана характерно частое использование метафор, некоторые из которых превратились в крылатые выражения. Так, используя метафору «greatest bastion of freedom», Р. Рейган именует Америку «величайшим оплотом свободы»; метафора «people, worldwide, hunger for the right of self-determination» (люди во всем мире стремятся к самоопределению) раскрывает особое понимание свободы американцами в других странах и акцентирует роль права на самоопределение людей. Метафора «Evil Empire» (Империя зла) получила наибольшую известность как политический афоризм Р. Рейгана, обозначающий некую силу или организацию, враждебную общепринятому порядку вещей, законности, морали. В общественно-политическую лексику это выражение вошло после того как Рональд Рейган в качестве президента США (1981 – 1989) использовал его применительно к СССР. Выступая с речью (8 марта 1983 г.) на конференции Национальной ассоциации евангелистов в городе Орlando (штат Флорида, США), он сказал, что вожди коммунистического движения «олицетворяют зло в современном мире», и осудил «агрессивные устремления империи зла», подразумевая под ней Советский Союз (Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений 2005: 314).

Играя важную роль в политическом дискурсе, метафоры часто используются политиками в манипулятивных целях. Например, такие предвыборные слоганы Р. Рейгана и Б. Клинтона как “It’s Morning Again in America” (1984) или “Building a bridge to the twenty-first century” (1996) соответственно создают красивые и запоминающиеся образы, но не объясняют сути предлагаемой политики.

Как отмечает Н.В. Сальникова, национально-культурная специфика структуры публичного выступления отражается в



идиоречевом цикле от «мысли к слову»: инвенции, диспозиции, элокуции – основных этапов речевого цикла, изложенных в античной риторике. Так, на первом этапе создания речи, инвенции, представить убедительные аргументы является первостепенной задачей ратора. Р. Рейган, предваряя свой политический курс, приводит следующие типы аргументов в пользу правильности выбранной политики: аргументы к аудитории (I could say «you» and «your»); аргументы к цели (All must share in the productive work of this «new beginning»); аргументы к личному авторитету (To paraphrase Winston Churchill); диахронические аргументы к факту (For decades we have piled deficit upon deficit). Второй этап в создании убедительной речи, диспозиция, предполагает расположение её элементов как результат реализации категории инвенции. В речи президента Р. Рейгана можно выделить следующие основные тематические аспекты: недовольство деятельностью действующего правительства, равенство исходных возможностей всех граждан, патриотизм, свобода личности, национальная безопасность. Третий этап создания речи, элокуция, представляет собой словесное оформление мысли. На данном этапе важен выбор слов и словосочетаний. Р. Рейган использует в своем выступлении большое разнообразие лингво-риторических средств: метафоры (a beacon of hope – маяк надежды), эпитеты (a strong and prosperous America – сильная и процветающая Америка), антитезы (government is not the solution to our problem; government is the problem – правительство – не решение проблем, правительство – это и есть проблема), гиперболы (an era of national renewal – эра национального обновления), различные виды повтора (эпифора, анафора) (We will negotiate for it [peace], sacrifice for it; we will not surrender for it, now or ever – Мы будем вести переговоры во имя мира, ради этой цели принесем себя в жертву, но никогда не сдадимся в этой борьбе) (Сальникова 2011: 18-19).

Важную роль в политической коммуникации имеет ее идеологическая составляющая, которая также может рассматриваться как часть национально-культурной риторики. Так,

если для пафоса американского политического дискурса характерна деидеологизированность и упор на американские национально-культурные ценности, то советский дискурс отличался высокой степенью идеологизированности, что отразилось на приоритетности таких ценностей советского общества как коллективизм, социальная справедливость, сотрудничество людей и народов, образование, воспитание и культура, патриотизм, социальный и научно-технический прогресс, социальная эффективность, труд на благо общества.

Если для логоса американского политического дискурса характерен упор на убеждение посредством аргументации, для советского политического дискурса характерным был упор на аргументы должествования, аргументы к личному авторитету (постоянное цитирование классиков марксизма-ленинизма), следование строгим нормам, накладывающим ограничения на проявление индивидуальности, назидательность и подчинительная модальность, что было следствием тоталитарности мышления (Там же: 16-17).

Таким образом, для политического дискурса той или иной страны характерна своя национально-культурная риторика, которая структурно и содержательно строится по канонам лингвориторической науки, где каждый из ее компонентов принимает при этом специфическую направленность. Этносный компонент наполняется национально-культурным содержанием, поскольку данный набор ценностей органичен, понятен целевой аудитории. Так как политический курс строится именно на них, то этот факт формирует в гражданах уверенность в его состоятельности, поскольку данные ценности являются генотипически культуросообразными (Там же: 12).

Говоря о национальной специфике американского политического дискурса следует отметить в качестве его определяющей тематики проблему соотношения свободы и порядка. По мнению Д.Ф. Хана, разные подходы именно к этому вопросу определяет суть разницы в позициях демократической и

республиканской партий: в то время как либералы в лице демократов выступают за большую свободу в области гражданских прав, консерваторы в лице республиканцев выступают за порядок в этой сфере, и наоборот, в то время как либералы выступают за порядок в экономике, консерваторы выступают за свободу в этой сфере (Hahn 1988: 5). Это общее наблюдение Д.Ф. Хана следует иметь в виду при анализе американского политического дискурса.

Поскольку посредством того или иного языкового средства говорящий предлагает определенный способ осмысления предмета или события, то исходя из намерения говорящего одно и то же событие может быть представлено по-разному, что нередко случается в политическом дискурсе. Однако концептуализация может проходить и в обратном направлении, когда противоположные по смыслу действия представляются в качестве средства достижения одной и той же цели. Так, во время третьих дебатов между Б. Обамой и Дж.Маккейном в ходе президентской кампании 2008 г. последний, критикуя предлагаемую Б. Обамой реформу налогообложения, привел пример водопроводчика Джо ( Joe the Plumber), с которым Б. Обама незадолго до этого имел беседу во время встречи с избирателями и который был несогласен с предложением Б. Обама повысить налоги на фирмы, имеющие высокий уровень доходов. Дж.Маккейн, в частности, сказал: “I would like to mention that a couple days ago Senator Obama was out in Ohio and he had an encounter with a guy who's a plumber, his name is Joe Wurzelbacher. Joe wants to buy the business that he has been in for all of these years, worked 10, 12 hours a day. And he wanted to buy the business but he looked at your tax plan and he saw that he was going to pay much higher taxes. You were going to put him in a higher tax bracket which was going to increase his taxes, which was going to cause him not to be able to employ people, which Joe was trying to realize the American dream”.

Таким образом, Дж.Маккейн, как и сам водопроводчик Джо, считал, что намерение Б. Обама повысить налоги не дадут возможность водопроводчику Джо осуществить Американскую

мечту. Отвечая на это утверждение Дж.Маккейна, Б. Обама напомнил то, что он сказал водопроводчику Джо во время их встречи, а именно, что пять лет тому назад, когда у Джо не было своего бизнеса, он сам нуждался в сокращении налогов: “Now, the conversation I had with Joe the plumber, what I essentially said to him was, “Five years ago, when you weren't in a position to buy your business, you needed a tax cut then”. And what I want to do is to make sure that the plumber, the nurse, the firefighter, the teacher, the young entrepreneur who doesn't yet have money, I want to give them a tax break now”<sup>24</sup>.

Таким образом, из логики речи Б. Обамы следует, что его предложение повысить налоги на доходы имущих и снизить налоги на малоимущих дают шанс последним заработать определенный капитал и начать собственный бизнес, что не только не противоречит, но, наоборот, способствует осуществлению Американской мечты.

Другой важной темой американского политического дискурса является проблема национальной сплоченности американцев. В обращении «О положении страны» 2015 г. Б. Обама говорил: “You know, just over a decade ago, I gave a speech in Boston where I said there wasn't a liberal America, or a conservative America; a black America or a white America, but a United States of America. I said this because I had seen it in my own life, in a nation that gave someone like me a chance; because I grew up in Hawaii, a melting pot of races and customs; because I made Illinois my home, a state of small towns, rich farmland, and one of the world's great cities; a microcosm of the country where Democrats and Republicans and Independents, good people of every ethnicity and every faith, share certain bedrock values”<sup>25</sup>.

Как видим, вопрос национальной сплоченности американцев Б. Обама напрямую связывает с вопросом о равенстве возможностей и в конечном счете с осуществлением Американской мечты. Свой личный пример первого темнокожего американского президента Б. Обама представляет в качестве очевидного доказательства действенности вышеуказанных американских ценностей и идеалов.

Еще до своего избрания президентом США он выпустил книгу под многозначительным названием «Дерзость надежды» (“Audacity of Hope”), в которой размышлял о возрождении Американской мечты на основе своего собственного примера (Обама 2006; Обама 2008).

Тем не менее, как показала президентская кампания 2016 г., проблема национальной сплоченности американского общества остается весьма острой. Это наглядно отразилось в дискурсе кандидатов на пост президента страны. Например, кандидат от демократической партии Х. Клинтон в своей речи, произнесенной в г. Рино, штата Невада<sup>26</sup>, обвинила Д. Трампа в забвении традиционных американских ценностей, которые сделали страну великой, и заявила, что его риторика направлена на разъединение, а не на единение нации, что, по ее словам, было беспрецедентным явлением в истории президентских кампаний в США: “Everywhere I go, people tell me how concerned they are by the divisive rhetoric coming from my opponent in this election. And I understand that concern, because it’s like nothing we’ve heard before from a nominee for president of the United States from one of our two major parties. From the start, Donald Trump has built his campaign on prejudice and paranoia. He is taking hate groups mainstream and helping a radical fringe take over the Republican Party. His disregard for the values that make our country great is profoundly dangerous”.

Обвиняя кандидата от республиканской партии в поддержке и разжигании антииммигрантских и расистских настроений, Х. Клинтон говорила, что он, стоя перед белыми избирателями оскорбительно выражается в адрес темнокожего населения, видит только недостатки, игнорирует успехи и не предлагает ничего существенного для решения существующих проблем: “He doesn’t see the success of black leaders in every field, the vibrancy of black-owned businesses, the strength of the black church. He doesn’t see the excellence of historically black colleges and universities or the pride of black parents watching their children thrive. And he apparently didn’t see Police Chief Brown on television after the murders of five of his officers conducting himself with such dignity. He certainly doesn’t have any solutions to take

on the reality of systemic racism and create more equity and opportunity in communities of color and for every American”.

Риторика Д. Трампа, по мнению Клинтон, была направлена на укрепление вредных стереотипов и предназначалась для разжигания ненависти среди своих сторонников по отношению к иммигрантам и цветному населению страны: “Trump is reinforcing harmful stereotypes and offering a dog whistle to his most hateful supporters... He says he wants to “make America great again,” but more and more it seems as though his real message seems to be “Make America hate again”. Клинтон, обращаясь к своим избирателям, задает им вопрос, как может человек, «с длинной историей расовой дискриминации» (“A man with a long history of racial discrimination”) и неуважающий часть своего населения, быть президентом всей Америки: “Ask yourself, if he doesn’t respect all Americans, how can he serve all Americans?”.

Перечислив список дискриминационных действий Д. Трампа в прошлом и подвергнув критике его политику в настоящем (в том числе его заявления о необходимости построить стену на границе с Мексикой, депортировать из страны всех незаконных иммигрантов, недопускать в страну мусульман как метод борьбы с терроризмом и т.д.), Х. Клинтон заявила, что подобные действия нарушают конституционные принципы американского государства, в том числе принцип религиозной свободы, привнесенный в страну еще отцами-пилигримами: “Really, ever since the Pilgrims landed on Plymouth Rock, America has distinguished itself as a haven for people fleeing religious persecution, believing in religious freedom and religious liberty. Under Donald Trump, America would distinguish itself as the only country in the world to impose a religious test at the border”.

Чтобы лучше судить о Д. Трампе Х. Клинтон посоветовала вспомнить «старую мексиканскую поговорку», заявив: “There’s an old Mexican proverb that says “Tell me with whom you walk, and I will tell you who you are”. Здесь Х.Клинтон не случайно использует мексиканскую поговорку, хотя в английском языке имеется ее полный лексический эквивалент: “A man is known by the company he

keeps” (Flavell 2008: 60), который приводится и в сборнике американских пословиц (Collis 1994 (a): 4). Как отмечалось, эквивалент этой пословицы имеется и во многих других языках мира, в том числе в русском и армянском (Скажи мне, кто твой друг, и я скажу тебе, кто ты; С кем поведешься, от того и наберешься; Մարդուն ընկերովի կճանաչեն; Ասա՛ ընկերդ ով է, ասեմ՝ ով ես դու). Совершенно очевидно, что называя эту пословицу мексиканской Х.Клинтон аллюзивно ссылается на высказывание Д.Трампа о необходимости построения стены на границы с Мексикой для предотвращения потока нелегальных иммигрантов, которое в среде испаноязычного населения Америки, как и в самой Мексике, вызвало негативную реакцию.

Касаясь «друзей» Д.Трампа Х. Клинтон особо выделила бывшего лидера Партии независимости Соединенного Королевства (UKIP) Найджела Фараджа, одного из главного идеолога британского Брексита. Охарактеризовав его в качестве одного из наиболее видного представителя правого крыла Британии, она связала феномен Д.Трампа с усиливающимся во всем мире «национализмом правого толка»: “And this is part of a broader story – the rising tide of hardline, right-wing nationalism around the world. Just yesterday, one of Britain’s most prominent right-wing leaders, a man named Nigel Farage, who stoked anti-immigrant sentiments to win the referendum to have Britain leave the European Union, campaigned with Donald Trump in Mississippi. Farage has called for a bar on the children of legal immigrants from public schools and health services, has said women are and I quote “worth less” than men, and supports scrapping laws that prevent employers from discriminating based on race – that’s who Donald Trump wants by his side when he is addressing an audience of American voters. And the grand godfather of this global brand of extreme nationalism is Russian President Vladimir Putin. In fact, Farage regularly appears on Russian propaganda programs. Now he’s standing on the same stage as the Republican nominee”.

Как видим, среди «друзей» Д.Трампа в трактовке Х. Клинтон оказался и президент России В.Путин, которого она охарактеризовала в качестве «крестного отца мирового радикального национализма». Х. Клинтон утверждала, что Д.Трамп «осыпает похвалами» В.Путина, признает «аннексию Крыма Россией» и является сторонником прорусской политики, которая отвергалась американскими президентами – начиная с Г.Трумэна и кончая Р.Рейганом: “Trump himself heaps praise on Putin and embraces pro-Russian policies. He talks casually of abandoning our NATO allies, recognizing Russia’s annexation of Crimea, and of giving the Kremlin a free hand in Eastern Europe more generally. American presidents from Truman to Reagan have rejected the kind of approach Trump is taking on Russia. We should, too”.

В данном конкретном случае указанные приемы и техники на лексическом уровне направлены на реализацию стратегии демонизации оппонента и формирования негативного имиджа России у реципиентов. Отказ от принципов политической корректности был характерен для риторики Д.Трампа, однако он этого не скрывал и даже использовал его в качестве одного из приемов своей стратегии. Х. Клинтон, выступая за политкорректность, зачастую сама нарушала эти принципы, как, например, в случае с характеристикой сторонников Д.Трампа (“offering a dog whistle to his most hateful supporters”; “basket of deplorables” и т.д.). Да и вышеприведенные высказывания в адрес руководителя другой страны, в данном случае России, нельзя назвать политически корректными, способствующими конструктивности ведения коммуникации, налаживанию межкультурного взаимопонимания.

Более конструктивно на этом фоне звучали слова Дж.Кеннеди, адресованные советским руководителям в намного более сложной международной обстановке: ”But neither can two great and powerful groups of nations take comfort from our present course – both sides overburdened by the cost of modern weapons, both rightly alarmed by the steady spread of the deadly atom, yet both racing to alter



that uncertain balance of terror that stays the hand of mankind's final war. So let us begin anew – remembering on both sides that civility is not a sign of weakness, and sincerity is always subject to proof. Let us never negotiate out of fear. But let us never fear to negotiate. Let both sides explore what problems unite us instead of belaboring those problems which divide us”<sup>27</sup>.

Сам Д. Трамп, стоя на прагматических позициях, предлагал в отношениях с Россией придерживаться стратегии сотрудничества, а не конфронтации, но с позиции силы. В его предвыборной платформе по вопросам внешней политике, в частности, говорилось: “ I believe an easing of tensions and improved relations with Russia – from a position of strength – is possible. Common sense says this cycle of hostility must end. Some say the Russians won’t be reasonable. I intend to find out. If we can’t make a good deal for America, then we will quickly walk from the table”<sup>28</sup>.

Известный ход стратегии смещения акцентов в приписывании ответственности был использован Х. Клинтон в ходе президентской кампании 2016 г., когда она обвинила Россию в кибератаке на компьютеры демократической партии, в результате которой в публичный доступ попала переписка руководства партии, а глава Национального комитета демократической партии Дебби Вассерман-Шульц подала в отставку. Эта переписка свидетельствовала о существовании сговора в партии с целью помешать избирательной кампании экс-кандидата в президенты США Б. Сандерса в пользу продвижения Х. Клинтон. Во время первых телевизионных дебатов Х. Клинтон вновь подняла эту тему, обвинив Россию и лично президента В.Путина в кибератаках, в том числе во взломе серверов Национального комитета демпартии. На это Д.Трамп попытался возратить внимание аудитории к сути вопроса, а именно к тому, что вышеуказанные публикации свидетельствовали о нарушении демократических процедур руководством самой демпартии и о том, что президент страны Б.Обама не контролировал то, что должен был контролировать: “But what did we learn with DNC? We learned that

Bernie Sanders was taken advantage of by your people, by Debbie Wasserman Schultz. Look what happened to her. But Bernie Sanders was taken advantage of. That's what we learned. Now, whether that was Russia, whether that was China, whether it was another country, we don't know, because the truth is, under President Obama we've lost control of things that we used to have control over"<sup>29</sup>.

Одним из примером неудачной тактики воздействия на реципиента может служить политика противников Брексита в ходе подготовки и проведения референдума о членстве Великобритании в ЕС. Последними была использована тактика устрашения населения, при этом основной упор был сделан на том, как сильно пострадает экономика Великобритании в результате выхода страны из ЕС. Д. Кэмерон, используя одновременно языковую игру и метафору, говорил, что суть вопроса состояла в выборе между «более великой Британией» (“even greater Britain”) посредством голосования за сохранение членства страны в ЕС и «прыжком в неизвестность» (“leap into the dark”) в случае голосования за выход страны из ЕС<sup>30</sup>. Не только СМИ, но и руководители страны обвиняли сторонников Брексита в отсутствие патриотизма и называли их нелицеприятным словом “quitter”. Так, Д. Кэмерон, в частности, говорил: “If you love your country then you don't damage its economy, you don't restrict opportunities for young people”; “Leaving is quitting and I don't think we're quitters. We're fighters. We fight in these organisations”. Д. Кэмерон запугива население вероятностью нового шотландского референдума в случае выхода страны из ЕС: “I do worry about a second Scottish referendum if we vote to leave” (URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/2016/06/07/eu-referendum-debate--david-cameron-and-ukip-leader-nigel-farage/>).

Сам президент США Б. Обама приезжал в Великобританию и агитировал в пользу сохранения членства страны в ЕС. На совместной пресс-конференции с Д. Кэмероном он, для большей убедительности своей позиции, процитировал британского поэта конца 16 – начала 17 вв. Джона Донна, сказав: “I think there's a British poet who once said, “No man is an island” – even an island as

beautiful as this. We're stronger together"<sup>31</sup>. Он также попытался устроить англичан тем, что в случае выхода из состава ЕС Великобритания окажется в конце очереди среди стран, с кем США будет сотрудничать в торгово-экономической сфере ("the UK is going to be in the back of the queue"). При этом для большего воздействия он произнес английское слово "queue", а не используемое американцами в этом значении слово "line", что не осталось незамеченным со стороны британских СМИ, охарактеризовавших выступление Б. Обамы как попытку давления и запугивания. Один из заголовков британской газеты "Daily Telegraph" саркастично гласил: "Barack Obama won't threaten Britain... as long as we do as he says"<sup>32</sup>.

Как известно, для большинства британцев подобные аргументы сторонников сохранения членства Великобритании в ЕС оказались неубедительными, что они и продемонстрировали своим голосованием на референдуме 23 июня 2016 г. Итоги голосования по Брекситу, также как и президентских выборов в США 2016 г., стали подтверждением действенности механизмов выборной демократии даже в эпоху спада, характеризующего политико-коммуникативные процессы в современный период постмодернизма (Бодрунова 2010). В то же время они явились результатом усиления национально-патриотических настроений как ответной реакции на политику либерализма и глобализации. Ошибка противников выхода Великобритании из ЕС заключалась, видимо, в том, что они сделали больший упор на возможных негативных последствиях Брексита и запугивание населения через массированную кампанию в СМИ, а не на позитивный подход, включая ясную коммуникацию, в том числе посредством представления конкретных фактов, относительно достижений страны в составе ЕС. Между тем идеологи Брексита, которые говорили о естественном праве страны контролировать собственные законы и выступали против неконтролируемой миграции, позиционировали себя как защитников национального суверенитета, а свою победу как обретение национальной независимости<sup>33</sup>.

Парадоксально, но одним из главных инициаторов проведения референдума был лидер консервативной партии и премьер-министр Д. Кэмерон, что, в конечном итоге, явилось его главной тактико-стратегической ошибкой, приведшей к его отставке. Решение о проведении референдума с его стороны (референдум 5 июня 1975 г. о сохранении членства Великобритании в ЕЭС был инициирован лейбористским правительством Г. Вильсона) выглядит тем более странным в контексте того, что вступление Великобритании в ЕЭС или Общий рынок в 1973 г., как тогда назывался Европейский союз, произошло благодаря активным усилиям консервативного правительства Э. Хита, что явилось одним из немногочисленных его успехов.

Более удачной оказалась риторическая стратегия и тактика речей Д. Кэмерона в связи с референдумом о независимости Шотландии 18 сентября 2014 г. Главной целью его речей было сохранение Соединенного Королевства в качестве единой страны. Его последнее обращение к шотландцам в Абердине за три дня до референдума было построено по всем канонам риторики<sup>34</sup>.

С точки зрения этоса его речь содержала четкие указания на то, что было поставлено на карту и какие последствия мог иметь выход Шотландии из Соединенного Королевства:

*“We meet in a week that could change the United Kingdom forever.*

*Indeed, it could end the United Kingdom as we know it.*

*On Thursday, Scotland votes, and the future of our country is at stake.*

*On Friday, people could be living in a different country, with a different place in the world and a different future ahead of it.*

*This is a decision that could break up our family of nations, and rip Scotland from the rest of the UK.*

*And we must be very clear.*

*There’s no going back from this. No re-run. This is a once-and-for-all decision.*

*If Scotland votes yes, the UK will split, and we will go our separate ways forever”.*

При этом Д. Кэмерон подчеркивал, что в случае выхода Шотландии из состава Соединенного Королевства в одночасье будет ликвидирована страна, внесшая огромный вклад в мировую цивилизацию, в том числе и усилиями самих шотландцев:

*“It’s only become Great Britain because of the greatness of Scotland.*

*Because of the thinkers, writers, artists, leaders, soldiers, inventors who have made this country what it is.*

*It’s Alexander Fleming and David Hume; J.K. Rowling and Andy Murray and all the millions of people who have played their part in this extraordinary success story, the Scots who led the charge on pensions and the NHS and on social justice.*

*We did all this together.*

*For the people of Scotland to walk away now would be like painstakingly building a home – and then walking out the door and throwing away the keys”.*

Здесь Д. Кэмерон использует еще одну важную метафору, сравнив Соединенное Королевство с общим домом (home), который, был построен общими усилиями, в том числе шотландцев, и теперь оказался под угрозой разрушения, а кому как не британцам, у которых, как известно, дом является одним из базовых концептов, защищать его.

Другим важным элементом этоса речи Д. Кэмерона является подчеркивание значения для страны общих традиций и ценностей, имеющих для британцев немаловажное значение:

*“So I would say to everyone voting on Thursday, please remember.*

*This isn’t just any old country. This is the United Kingdom. This is our country.*

*And you know what makes us truly great?*

*It’s not our economic might or military prowess – it’s our values. British values. Fairness. Freedom. Justice.*

*The values that say wherever you are, whoever you are, your life has dignity and worth.*

*The values that say we don't walk on by when people are sick, that we don't ask for your credit card in the hospital, that we don't turn our backs when you get old and frail.*

*that we don't turn a blind eye or a cold heart to people around the world who are desperate and crying out for help.*

*This is what Britain means. This is what makes us the greatest country on earth.*

*And it's why millions of us could not bear to see that country ending – for good, for ever – on Friday”.*

Логос речи Д.Кэмерона заключался в том, что если сами шотландцы совместно с другими народами Великобритании построили общий дом, в котором они занимают достойное место и находясь в котором они достигли больших успехов, зачем им покидать его и оказываться перед по крайней мере неизвестными, а на самом деле худшими перспективами, а не пытаться улучшить то, что уже есть. Причем, говоря о негативных для Шотландии последствиях ее выхода из состава Соединенного Королевства, что он сравнил с «болезненным разводом» (“a painful divorce”), Д.Кэмерон подчеркивал, что он вовсе не желает пугать шотландцев негативными последствиями независимости, а обращается к ним лишь как друг, желающий предостеречь их от неправильного шага:

*“Independence would not be a trial separation, it would be a painful divorce.*

*And as Prime Minister I have to tell you what that would mean...*

*To warn of the consequences is not to scare-monger it is like warning a friend about a decision they might take that will affect the rest of their lives – and the lives of their children.*

*I say all this because I don't want the people of Scotland to be sold a dream that disappears”.*

Причем Д. Кэмерон особенно подчеркивал, что речь не идет о Шотландии как стране или шотландцах как нации, ибо и то и другое давно существующий факт. Речь идет о ее новых и лучших

возможностях для национального развития именно в составе Соединенного Королевства, а не вне его:

*“Scotland’s identity is already strong strong Scottish culture, strong Scottish arts, a strong Church of Scotland and in the last 15 years you have built a strong Scottish Parliament not a fleeting institution but a permanent one.*

*So the vote on Thursday is not about whether Scotland is a nation.*

*Scotland is a proud, strong, successful nation.*

*The vote on Thursday is about two competing visions for Scotland’s future.*

*The Nationalists’ vision of narrowing down, going it alone, breaking all ties with the UK.*

*Or the patriotic vision of a strong Scottish nation allied to the rest of the United Kingdom with its own stronger Scottish Parliament at its heart and with the benefits of working together in the UK on jobs, pensions, healthcare funding, the currency, interest rates.*

*It really is the best of both worlds and it’s the best way to get real change and secure a better future for your children and grandchildren”.*

Указав на достижения шотландцев в разных сферах общественной жизни, Д. Кэмерон в своей речи дал конкретные обещания по углублению самостоятельности Шотландии в составе Соединенного Королевства, дальнейшему развитию ее экономики и социальной сферы.

Пафос речи Д. Кэмерона заключался прежде всего в том, что он, используя метафористические образы, представляя Соединенное Королевство в виде общего дома (“*a country that all of us call home*”) и семьи наций (“*our family of nations*”), которым угрожала опасность, а дом и семью, как известно, следует защищать:

*“And speaking of family – that is quite simply how I feel about this.*

*We are a family. The United Kingdom is not one nation. We are four nations in a single country.*

*That can be difficult but it is wonderful.*

*Scotland, England, Wales and Northern Ireland different nations, with individual identities competing with each other even at times enraging each other while still being so much stronger together.*

*We are a family of nations.*

*Why should the next generation of that family be forced to choose whether to identify only with Edinburgh or only with London choose which embassy they want to go to when they are in trouble abroad or pack their passport when they're going to see friends and loved ones.*

*A family is not a compromise, or a second best, it is a magical identity, that makes us more together than we can ever be apart so please – do not break this family apart.*

*In human relations it's almost never a good thing to turn away from each other, put up walls, score new lines on the map.*

*Why would we take one Great Britain and turn it into separate smaller nations?*

*What is that an answer to?*

*How will that help the ambitious young people who want to make their mark on the world or the pensioner who just wants security or the family relying on jobs made in the UK?*

*Let no-one fool you that 'Yes' is a positive vision. It's about dividing people, closing doors, making foreigners of our friends and family”.*

Важное значение в обращении играло многократное использование местоимения “we” (45 употреблений) в инклюзивном значении, а также местоимения “our” (18 употреблений) для подчеркивания единства страны и представления ее как общей семьи. Кроме того, в обращении было использовано большое количество слов, имеющих эмоциональную нагрузку (напр., *magical identity, utterly heart-broken*), символов и культурных кодов, не могущих не оказать влияние на чувства и сознание реципиентов:

*“I speak for millions of people across England, Wales and Northern Ireland – and many in Scotland, too who would be utterly heart-broken by the break-up of the United Kingdom.*



*Utterly heart-broken to wake up on Friday morning to the end of the country we love, to know that Scots would no longer join with the English, Welsh and Northern Irish in our Army, Navy and Air Force, in our UK-wide celebrations and commemorations, in UK sporting teams from the Olympics to the British Lions.*

*The United Kingdom would be no more. No UK pensions, no UK passports, no UK pound.*

*The greatest example of democracy the world has ever known, of openness, of people of different nationalities and faiths coming together as one, would be no more.*

*It would be the end of a country that launched the Enlightenment, that abolished slavery, that drove the industrial revolution, that defeated fascism. the end of a country that people around the world respect and admire the end of a country that all of us call home.*

*And we built this home together”.*

Безусловно Д. Кэмерон как опытный политик использовал манипулятивные тактики для убеждения британцев дать отрицательный ответ на референдуме, однако он пытался добиться этого не призывами голосовать против независимости Шотландии, а призывами голосовать за светлое будущее Шотландии в составе их общей страны, за спасение их общего Соединенного Королевства. Британцы и особенно политики редко проявляют эмоциональность в своих публичных выступлениях, однако рассматриваемая речь Д. Кэмерона была редким исключением из правил и не могла не оказать соответствующее воздействие на аудиторию. Конец этой речи с многократным использованием слова “please” (пожалуйста) в речевых актах просьбы и призыва проголосовать за «спасение страны» был поистине беспрецедентным по своему эмоциональному накалу:

*“Vote No – and you are voting for a bigger and broader and better future for Scotland and you are investing in the future for your children and grandchildren.*

*So this is our message to the people of Scotland: We want you to stay. Head and heart and soul, we want you to stay.*

*Please don't mix up the temporary and the permanent.*

*Don't think: "I'm frustrated with politics right now, so I'll walk out the door and never come back."*

*If you don't like me – I won't be here forever. If you don't like this Government – it won't last forever. But if you leave the UK – that will be forever.*

*Yes, the different parts of the UK don't always see eye-to-eye.*

*Yes, we need change – and we will deliver it but to get that change, to get a brighter future, we don't need to tear our country apart.*

*In two days, this long campaign will be at an end.*

*And as you stand in the stillness of the polling booth, I hope you will ask yourself this.*

*Will my family and I truly be better off by going it alone? Will we really be more safe and secure?*

*Do I really want to turn my back on the rest of Britain, and why is it that so many people across the world are asking: why would Scotland want to do that? Why?*

*And if you don't know the answer to these questions – then vote No.*

*At the end of the day, all the arguments of this campaign can be reduced to a single fact: we are better together.*

*So as you reach your final decision, please don't let anyone tell you that you can't be a proud Scot and a proud Brit.*

*Don't lose faith in what this country is – and what we can be.*

*Don't forget what a great United Kingdom you are part of.*

*Don't turn your backs on what is the best family of nations in the world and the best hope for your family in this world.*

*So please, from all of us: Vote to stick together, vote to stay, vote to save our United Kingdom."*

На референдуме 18 сентября шотландцы проголосовали за то, чтобы остаться в составе Соединенного Королевства, большинством голосов отвергнув независимость. Причем, по

мнению экспертов, вопрос на который предстояло ответить участникам референдума, был сформулирован таким образом, чтобы получить на него положительный ответ было бы легче, чем отрицательный (формулировка вопроса была предложена шотландской стороной и после поправок, сделанных комиссией по проведению референдума, звучала следующим образом: “Should Scotland be an independent country?”)<sup>35</sup>.

Сразу после официального объявления результатов референдума первый министр Шотландии Алекс Салмонд, который был его главным энтузиастом и инициатором, признал итоги референдума, одновременно заявив, что мечта о независимости Шотландии «не умрет никогда» (“the dream shall never die”)<sup>36</sup>.

Межнациональные отношения являются одной из болевых точек современной политической жизни. Неосторожные высказывания политических деятелей могут спровоцировать межнациональные конфликты, поэтому вступая в коммуникацию говорящие должны быть предельно осторожными в своих высказываниях, касающихся сферы межнациональных отношений. Порой, желая не допустить провоцирования межнациональных конфликтов, а очень часто и исходя из внутривнутриполитических и внешнеполитических интересов своих стран политические лидеры прибегают к тактике маневрирования, которая характерна для современного постмодернистского дискурса. Одним из примеров такой тактики могут служить обращения американских президентов и, в частности, Барака Обамы, в связи с Днем памяти жертв Геноцида армян в Османской империи 1915 г. Ниже приводим полный текст обращения Барака Обамы от 22 апреля 2016 г. (Statement by the President on Armenian Remembrance Day):

“Today we solemnly reflect on the first mass atrocity of the 20th century – the Armenian Meds Yeghern – when one and a half million Armenian people were deported, massacred, and marched to their deaths in the final days of the Ottoman empire.

As we honor the memory of those who suffered during the dark days beginning in 1915 – and commit to learn from this tragedy so it may

never be repeated – we also pay tribute to those who sought to come to their aid. One such individual was U.S. Ambassador Henry Morgenthau, Sr., who voiced alarm both within the U.S. government and with Ottoman leaders in an attempt to halt the violence. Voices like Morgenthau’s continue to be essential to the mission of atrocity prevention, and his legacy shaped the later work of human rights champions such as Raphael Lemkin, who helped bring about the first United Nations human rights treaty.

This is also a moment to acknowledge the remarkable resiliency of the Armenian people and their tremendous contributions both to the international community as well as to American society. We recall the thousands of Armenian refugees who decades ago began new lives in the United States, forming a community that has enormously advanced the vitality of this nation and risen to prominence and distinction across a wide range of endeavors. At a moment of regional turmoil to Armenia’s south, we also thank the people of Armenia for opening their arms to Syrian refugees, welcoming nearly 17,000 into their country.

As we look from the past to the future, we continue to underscore the importance of historical remembrance as a tool of prevention, as we call for a full, frank, and just acknowledgment of the facts, which would serve the interests of all concerned. I have consistently stated my own view of what occurred in 1915, and my view has not changed. I have also seen that peoples and nations grow stronger, and build a foundation for a more just and tolerant future, by acknowledging and reckoning with painful elements of the past. We continue to welcome the expression of views by those who have sought to shed new light into the darkness of the past, from Turkish and Armenian historians to Pope Francis.

Today we stand with the Armenian people throughout the world in recalling the horror of the Meds Yeghern and reaffirm our ongoing commitment to a democratic, peaceful, and prosperous Armenia”.<sup>37</sup>

Данное обращение Барака Обамы не особенно отличается от его предыдущих ежегодных обращений, анализу которых посвящена специальная работа С. Золяна (Չոլյան 2015). Тем не менее в данном тексте имеются некоторые отличия по сравнению с предыдущими, о

чем будет сказано ниже. Отметим, сначала, что данный текст представляет собой пример постмодернистского дискурса, который существенно отличается от традиционных канонов риторики и предполагает иную технику осмысления и интерпретации. Данный дискурс не направлен на дезинформацию или манипуляцию, что было описано Джорджем Оруэллом, а представляет собой пример, по выражению С. Золяна, «маневрирующего» дискурса, хотя двоемыслие (*doublespeak*), характерное для оруэлловского дискурса, здесь присутствует. Как и в предыдущих своих обращениях Б. Обама не употребил слова «геноцид», хотя будучи сенатором он обещал признать геноцид армян. Вместо этого он в очередной раз использовал выражение “*Meds Yeghern*”, которое на армянском языке синонимично слову «геноцид» и дословно означает «великая резня». Однако для англоязычного читателя выражение “*Meds Yeghern*” остается непонятным, хотя внимательный читатель текста обращения в описании произошедших событий может найти все признаки организованного турецкими властями геноцида, в том числе указание на депортацию (которая может осуществляться лишь по указанию властей), обращение посла США Г. Моргантау к турецким лидерам и к американскому правительству с целью прекращения насилия, квалификация происшедших событий как первое массовое злодеяние XX века, приведшее к уничтожению 1,5 миллиона армян. Симптоматично, что содержащееся в обращении Б. Обамы 2015 г. очень важное указание на то, что злодеяние против армян было совершено на исконно армянских землях, где в результате этого были ликвидированы армянская культура и армянское наследие (“*Their culture and heritage in their ancient homeland were erased*”), в обращении 2016 г. многозначительным образом исчезло.

Таким образом, здесь мы имеем дело с примером постмодернистского дискурса, где все сказано и вместе с тем ничего не сказано и читателю приходится самому домысливать и интерпретировать текст. Например, в тексте указывается имя Рафаэля Лемкина, которому в тексте дана обшая характеристика как

защитника прав человека, но не говорится, что он является автором термина «геноцид» и проекта Конвенции ООН о предупреждении и наказании преступления геноцида. Папа римский Франциск упоминается в одном ряду с турецкими и армянскими историками, стремящимися «пролить новый свет на темное прошлое» (?), и не говорится, что он назвал совершенное против армян преступление геноцидом. В обращении Б.Обамы 2016 г. не указано, где и кем был осуществлен геноцид армян, а Османская империя указана не в пространственном, а во временном измерении (“in the final days of the Ottoman empire”). Наконец, Б. Обама, своеобразно используя интертекстуальность, напоминает читателям, что он постоянно выражал свою точку зрения относительно того, что произошло в 1915 г. и что эти его взгляды не изменились (“I have consistently stated my own view of what occurred in 1915, and my view has not changed”), однако не говорит каковы же его взгляды и где он их выражал, о чем читатель может и не знать.

В тексте обращения содержится призыв «к полному, откровенному и справедливому признанию фактов, что будет в интересах всех заинтересованных сторон» (“We call for a full, frank, and just acknowledgment of the facts, which would serve the interests of all concerned”), однако остается непонятным к кому обращен этот призыв. По логике изложения следует, что он обращен к обоим сторонам, хотя, если признается, что совершено злодеяние, то у злодеяния должен быть исполнитель и жертва и обращаться с одинаковым призывом к обоим сторонам по крайней мере некорректно.

В обращениях Б. Обама прослеживается уклон в сторону выражения своего личного мнения, а не его мнения как президента страны. Отсюда, как это было в его обращении 2015 г., большое количество эпитетов, выражающих его личные впечатления (horrific violence, the horrors of 1915, terrible carnage, painful elements of the past, painful legacy)<sup>38</sup>.

Об этом же свидетельствует и большая частотность использования местоимения “we” (10 употреблений), что превышало

частотность употребления всех других номинальных слов, как это было в его обращении 2016 г. Учитывая, что на втором месте по частотности использования со значительным отставанием шло слово “Armenian” (6 употреблений), можно сделать вывод, что в качестве главной фигуры в обращении выступает сам Б.Обама. Однако, выступая в разных ипостасях (и как президент, и как частное лицо и даже как бывший сенатор, в бытность которого он и выступал с призывами к администрации Дж. Буша признать геноцид армян и давал обещания сделать это, если он станет президентом, на что он интертекстуально ссылается в тексте обращения) и весьма подробно описывая трагически события 1915 г., Б.Обама уклоняется от произнесения слова геноцид и принятия какого-то действия или решения по обсуждаемой теме.

Как отмечает Е.И.Шейгал, политика как специфическая сфера человеческой деятельности по своей природе является совокупностью речевых действий. К специфическим речевым актам политического дискурса Е.И.Шейгал относит политические перформативы – перформативы доверия и недоверия, поддержки, выбора, требования, обещания. Для политического дискурса весьма характерен речевой акт опровержения (изобличения во лжи, в структуру которого входит обязательный компонент (констатация самого факта лжи) и факультативные компоненты (доказательства недостоверности информации и указание на мотивы использования недостоверной информации) (Шейгал 2000: 236, 239). Однако в вышеприведенном обращении Б. Обамы ни один из указанных речевых актов практически не использован. Наоборот, в обращении, которое представляет собой речевой акт поминовения (commemoration), упор сделан на эвфемизацию как, по словам Е.И.Шейгал, стратегию уклонения от истины. Основными направлениями эвфемизации в политическом дискурсе выступают перекодировка с заменой оценочного знака, снижение категоричности констатации факта, увеличение референциальной неопределенности (Шейгал 2000: 217), что отчетливо прослеживается в обращении Б. Обамы.

Совершенно очевидно, что политические интересы оказывают непосредственное влияние на стратегию и тактику политического дискурса, на использовании риторических средств. Зачастую именно это приводит к «маневрирующему» дискурсу, при котором оказывается непонятным кто, что и как сказал. Неудивительно, поэтому, что одним из пунктов критики Д.Трампа в адрес администрации Б. Обамы и кандидата от демомократической партии Х. Клинтон в вопросе борьбы с радикальным исламом и терроризмом касался именно того, что они не называли вещи своими именами. Называя сдерживание распространения радикального исламизма главной целью внешней политики США, Д.Трамп в своей предвыборной платформе по вопросам внешней политики, в частности, писал: “And we’re in a war against radical Islam, but President Obama won’t even name the enemy! Hillary Clinton also refuses to say the words “radical Islam,” even as she pushes for a massive increase in refugees... Containing the spread of radical Islam must be a major foreign policy goal of the United States”<sup>39</sup>.

Таким образом, в современном политическом дискурсе активно используются как ресурсы, которые были охарактеризованы еще в древних риториках, так и новые, созданные и осмысленные в рамках постмодернистской эстетики, в том числе интертекстуальность и интерстилевое тонирование. Для политического дискурса характерна интертекстуальность, понимаемая как присутствие в тексте элементов других текстов, что обеспечивает его восприятие как частицы общего политического дискурса и – шире – как элемента национальной культуры. Современный политический текст часто строится и воспринимается как своего рода диалог с другими текстами: автор развивает и детализирует высказанные ранее идеи, полемизирует с ними, дает свою интерпретацию фактов, подчеркивает собственную позицию. Такой текст оказывается насыщенным множеством скрытых и откровенных цитат, реминисценций, аллюзий, прецедентных метафор; его полное восприятие возможно только в дискурсе, с использованием множества фоновых знаний из различных областей.



В качестве культурных знаков интертекстуальности могут использоваться разные виды прецедентных феноменов, в том числе прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентная ситуация, прецедентное имя, позволяющие повысить значимость и авторитетность высказывания. Особым персуазивным приемом может стать интертекстуальная отсылка к другими конкретными текстами, которые на данный момент трудно проверить. Например, в обращении Б. Обамы к армянской общине в связи с Днем памяти жертв геноцида армян можно наблюдать использование сразу несколько речевых манипуляций, в том числе достаточно частотное употребление местоимения *we*, уклонение от прямого названия конкретного события, о котором идет речь – использование ничего не значимого для представителей англоязычной лингвокультуры армянского словосочетания “*Medz Yeghern*” (великая резня) вместо *Genocide*, интертекстуальная отсылка к своим предыдущим письмам на данную тему, которые могут быть и неизвестны читателю и др. Однако подобный «маневрирующий» дискурс был, надо полагать, не столько результатом изменений во взглядах Б. Обамы по вопросу о геноциде армян, сколько отражением прагматических интересов американской внешней политики.

#### **Выводы по главе 4**

Успех коммуникации зависит не только от того, о чем говорят собеседники, но и от их общего подхода к взаимодействию. Исходя из этого основным принципом коммуникации является принцип сотрудничества или принципа кооперации (*The Cooperative Principle*). Успех коммуникации предполагает соблюдение этого принципа от всех участников коммуникации. Одним из недостатков постулатов Г.П.Грайса является придание им общего характера, в связи с чем их реализация возможна лишь в идеальных условиях общения, без учета личностных характеристик общающихся, особенностей жанра и типа дискурса. В реальной речевой деятельности постулаты Г.П.Грайса действительно очень часто не

соблюдаются. Кроме того, постулаты Г.П.Грайса не учитывают культурные различия, ибо то, что считается нормой в одной культуре, может не быть таковой – в другой.

Как и постулаты Г.П.Грайса, так и принципы вежливости, изложенные в концепциях Дж. Лича, П. Браун, С. Левинсона и др., в большей степени рассматриваются как универсальные, хотя в разных культурах они имеют свою специфику. Кроме того, коммуникация в реальной жизни может быть не только вежливой, но и невежливой, что весьма часто происходит в политическом дискурсе, характеризующимся агональностью и агрессивностью.

В каждой культуре существует свой концепт вежливости. Разное содержание данного концепта находит свое отражение в языке и речи и проявляется в лексико-грамматических, функциональных, прагматических и дискурсных особенностях. Вежливость, несмотря на свою универсальность, имеет релятивный характер, конкретное ее содержание является национально-специфичным. Эта специфика проявляется не только в особенностях употребления разных этикетных формул, но в первую очередь в использовании разных коммуникативных стратегий в совершаемых коммуникативных действиях, направленность которых определяется социально-культурными параметрами: типом социальных отношений и господствующими культурными ценностями. Регулярное использование тех или иных стратегий в итоге формирует национальный стиль коммуникации.

Межнациональные отношения являются одной из болевых точек современной политической жизни. Неосторожные высказывания политических деятелей могут спровоцировать межнациональные конфликты, поэтому вступая в коммуникацию говорящие должны быть предельно осторожными в своих высказываниях, касающихся сферы межнациональных отношений. Порой, желая не допустить провоцирования межнациональных конфликтов, а очень часто и исходя из внутривнутриполитических и внешнеполитических интересов своих стран политические лидеры прибегают к тактике маневрирования, которая характерна для

современного постмодернистского дискурса.

В современном политическом дискурсе активно используются как ресурсы, которые были охарактеризованы еще в древних риториках, так и новые, созданные и осмысленные в рамках постмодернистской эстетики, в том числе интертекстуальность и интерстилевое тонирование, допускающее использование разных стилей речи. Современный политический текст часто строится и воспринимается как своего рода диалог с другими текстами: автор развивает и детализирует высказанные ранее идеи, полемизирует с ними, дает свою интерпретацию фактов, подчеркивает собственную позицию. Такой текст оказывается насыщенным множеством скрытых и откровенных цитат, реминисценций, аллюзий, прецедентных метафор; его полное восприятие возможно только в дискурсе, с использованием множества фоновых знаний из различных областей.

В политическом дискурсе ведущей коммуникативной стратегией выступает персуазивность. В современном политическом дискурсе используются разные персуазивные приемы с целью воздействия и убеждения реципиента. Среди них наиболее часто используется такой персуазивный прием как создание семантического поля «свои». Для подобных целей часто используется так называемое инклюзивное местоимение 1-го л. мн. ч. мы (we) и соответствующее притяжательное местоимение «наше» (our), позволяющие создавать эффект коллективного отправителя сообщения.

Особую роль в управлении сознанием играет прием подачи информации по принципу противопоставления «своих/своего» «чужим/чужому». Такое двуполярное разделение мира на своих и чужих позволяет каждый раз по-новому, в зависимости от интересов отправителя устанавливать круг своих и круг чужих. В языковом отношении «свое» предстает в семантическом окружении единиц с позитивной оценкой, а «чужое» и вообще «другое» оценивается негативно. Все это приводит к усилению агонистичности и агрессивности политического дискурса, что не может не создавать

определенные проблемы для межнационального и межкультурного доверия и взаимодействия.

Современный политический дискурс характеризуется рядом противоположных тенденций. С одной стороны в рамках постмодернистской эстетики в политическом дискурсе активно используются такие приемы как манипулятивность, двусмысленность, политкорректность и эвфемистичность как стратегии уклонения от истины. С другой стороны, наблюдается тенденция к ведению прямой коммуникации посредством непосредственного общения адресата с реципиентом, в том числе с помощью использования современных компьютерных технологий, обеспечивающих интерактивную связь между адресантом и адресатом, выявления и артикуляции взглядов целевой аудитории, которые ранее открыто не высказывались в силу господствующих принципов политической корректности.

## ПРИМЕЧАНИЯ

---

<sup>1</sup> Не следует смешивать понятие принципов и норм с понятием добродетели. Последнее является фундаментальным моральным понятием, характеризующим готовность и способность личности сознательно и твердо следовать добру. Добродетель является одной из двух основных форм объективаций морали наряду с принципами и нормами; в отличие от последних, фиксирующих надличностную и общезначимую сущность морали, добродетель выражает индивидуализированность и произвольность морали. Ее можно определить как явленность морали в индивиде, мораль, ставшую мотивацией поведения. Аристотель связывает добродетель со счастьем, видя в ней и путь к счастью и существенную часть самого счастья. Кант разрывает связь добродетели со счастьем и подчиняет ее долгу. Аристотель и Кант своими подходами к добродетели обозначают две эпохи в истории этики и морали. Для Аристотеля мораль выступает по преимуществу в форме моральной (добродетельной) личности. Такое понимание вполне соответствовало общественным отношениям античности и Средневековья, в значительной мере имевшим форму личных связей. Для Канта мораль совпадает с абсолютным законом, а этика трансформируется в метафизику нравов. За таким взглядом стоял исторический сдвиг, в ходе которого общественные отношения приобрели безличный, вещный характер, а нравственность из области личностных

---

добродетелей перемещалась в область нормативных систем (прежде всего права).

От Сократа и Платона идет традиция выделения четырех кардинальных добродетелей: мудрость (рассудительность), справедливость, мужество, умеренность. Аристотель расширил каталог добродетелей, добавив в него кротость, щедрость (вместе с великолепием), честолюбие (вместе с величавостью), а также дружелюбие, любезность и правдивость. В патристической и схоластической этике ряд добродетелей был дополнен теологическими (богословскими) добродетелями веры, надежды и любви, заимствованными у ап. Павла (1 Кор. 13: 13). В Новое время произошли изменения, в контексте которых традиционный каталог добродетелей был, с одной стороны, расширен, а с другой - смещен из центра на периферию нравственной жизни; сформировалась добродетель терпимости (толерантности), задающая нравственную меру отношения к людям других верований и убеждений; в связи с торжеством мещанского (буржуазного) этоса над аристократическим на уровень общественно значимых добродетелей были подняты такие качества как труд, бережливость, прилежание и др.; изменилось соотношение добродетелей и общезначимых норм в пользу последних. (Философия: Энциклопедический словарь. М.: Гардарики. Под редакцией А.А. Ивина. 2004. [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/)).

<sup>2</sup> Одним из главных факторов, отличающих представителей англо-американской культуры от культуры русской или армянской, является отличие в понимании пространства социального и личного, т.е. пономание того, какие вопросы можно отнести к личному, а какие к общественному пространству. Если для американцев все, что связано с финансовыми вопросами: их личные деньги, заработки и траты, – представляет собой область личного пространства, то для россиян или армян обсуждение стоимости сделанной покупки, размера полученной зарплаты, а также финансового положения того или иного лица представляется вполне открытой темой для обсуждения. В то же время в США весьма популярны различные группы и общества, в которых люди объединяются для обсуждения своих проблем или перенесенных несчастий. Так, весьма широко распространены общества анонимных алкоголиков, на заседаниях которых люди, объединенные общей бедой, делятся друг с другом своими переживаниями. В России, например, подобные общества не пользуются столь высокой популярностью, как в США. Люди, разумеется, делятся своими чувствами и бедами, но в качестве собеседников предпочитают своих близких, друзей и соседей, которых они относят к своему личному пространству (Самохина 2005: 43).

<sup>3</sup> Имеются лексические различия и в формах обращения. Например,

английская разговорная форма обращения “ducky” соответствует словам «голубушка», «голубчик», «дорогая», «дорогой» – в русском языке и աղափնյալսւ, սիրելիս – в армянском. В русском переводе «Современной комедии» Дж. Голсуорси слово “ducky”, которое использовал выходец из аристократической семьи Майкл Монт при обращении к своей жене Флер, переведено как «милочка», что не противоречит смыслу английского слова, но для сохранения лингвокультурного фона предпочтительнее было бы слово «голубушка» или, по крайней мере, нейтральное слово «дорогая». В армянском переводе переводчик предпочел слово «ջանիկս» (Գոլսուորթի 1979: 383), которое, хотя также не противоречит смыслу английского слова, но будучи специфически армянским не отражает лингвокультурную специфику текста оригинала. При переводе важно передать не только смысловое содержание, но по возможности сохранить и лингвокультурный фон произведения.

<sup>4</sup> В рассказе У.Сарояна «В горах мое сердце» Джонни в конце длинного диалога с м-ром Козаком прибегает к пословице в качестве тактики убеждения, которая, в принципе, оказывается успешной:

“What kind of work does your Pa do when he works, Johnny?”

“My father writes poetry, Mr. Kosak,” I said. “That’s the only work my father does. He is one of the greatest writers or poetry in the world”.

“When does he get any money?”, said Mr. Kosak.

“He never gets any money”, I said. “You can’t have your cake and eat it”.

“I don’t like that kind of a job”, said Mr. Kosak. “Why doesn’t your Pa work like everybody else, Johnny?”

“He works harder than everybody else,” I said. “My father works twice as hard as the average man”.

“Well, that’s forty-five cents you owe me, Johnny”, said Mr. Kosak. “I’ll let you have some stuff this time, but never again”. “Tell Esther I love her”, I said. “All right”, said Mr. Kosak. “Good-bye, Mr. Kosak”. I said. “Good-bye, Johnny”, said Mr. Kosak. (Saroyan 1975: 77-78)

Однако в русском переводе переводчик не находит соответствия пословице “You can’t have your cake and eat it”, отчего смысл использования пословицы со стороны Джонни искажается

Приводим русский перевод данного отрывка:

– ...А чем занимается твой отец, когда работает?

– Мой отец пишет стихи, мистер Козак, больше он ничем не занимается.

Он один

из величайших поэтов мира.

– А когда он получит деньги? – спросил мистер Козак.

– Никогда, – сказал я. – Нельзя быть великим и брать за это деньги.

– Что-то мне не нравится такое занятие, – сказал мистер Козак. – Почему

---

твой папа

Не работает как все люди?

– Он работает усерднее кого бы то ни было, – сказал я. – Вдвое больше обыкновенных людей.

– Ну, Джонни, – сказал мистер Козак, – вы теперь мне должны сорок пять центов. Так и быть, сегодня отпущу вам товар, но это в последний раз.

(<http://armenianhouse.org/saroyan/fiction-ru/aram/home.html>).

<sup>5</sup> Приведем несколько примеров приветствий между американскими знакомыми и близкими, в которых используется принцип экономии языковых средств. Данные примеры заимствованы из работы американских исследователей, анализирующих приветствия в американском английском в кросс-культурном контексте (Ebsworth, Bodman, Carpenter 1996: 93-102).

Один из видов обычных американских приветствий среди знакомых и близких являются т.н. «приветствия на ходу» (“greetings on the run”). При таких приветствиях собеседники, увидев друг друга, обмениваются краткими фатическими заявлениями или вопросами, которые не обязательно требуют ответа (например, приветствие в виде вопроса “Hi, how are you?” используется скорее для поддержания контакта, чем для передачи или получения информации).

Вот пример диалога двух американских студентов, проходящих мимо друг друга и торопящихся на занятие:

[1]

Hi, how ya doing? (female)

Hi, Gotta run. I'm late for class (male)

She smiled and said cheerfully: “Okay!”

Подобные диалоги могут также содержать косвенное извинение за краткость коммуникации, а также краткое высказывание, содержащее заверение об отсутствии какого-либо пренебрежения или заверение о возможности более длительного контакта в будущем. Выражения “I’ll call you”, “See you” или “Talk to you soon” являются примерами подобного рода заверений. (Gass, Neu (eds.) 1996).

Вторую группу приветствий можно условно назвать «быстрое приветствие» (“speedy greeting”). Отличие от первой категории состоит в том, что здесь происходит обмен информацией. Вот пример такого диалога, который произошел в лифте между сослуживцами 40 лет, являющимися выходцами из среднего класса.

[2]

He: Hi, how've you been?

She: Not bad. 'N you?

He: Oh, can't complain. Busy.

She: I know. Me, too.

He: Oh well, gotta take off. Se ya.

---

She: Bye. Take care (Ebsworth, Bodman, Carpenter: 93).

Третий тип приветствий, выделенный американскими исследователями, назван «беседа» (chat). Он начинается, как второй тип (speedy greeting), но включает короткое обсуждение одной или двух тем перед тем как попрощаться или представить локутивную цель коммуникации.

[3]

Female 1. Hi!

Female 2. Hi!

Female 1. Howa ua doing?

Female 2. All right – comfortable – pretty good. Oh, got that letter, by the way, that I said I was waiting for. I finally got it.

Female 1. Wow! That's great. That's pretty good.

Female 2. Look, I'll see you later.

Female 1. Okay. Bye (Ibid.: 94).

Четвертый тип приветствий можно охарактеризовать как «длинное приветствие» (long greeting) Один из видов этого приветствия включает возобновление контактов между двумя людьми после определенного периода разлуки. В этом случае приветствия бывают разделены изложением событий, которые произошли в период разлуки – сначала рассказывает один, затем другой о том – где был, что делал (Ibidem).

Интересная форма приветствий встречается у людей, которые знают друг друга достаточно хорошо и часто общаются друг с другом. Такой тип приветствий американские исследователи называют «интимными» приветствиями (intimate greetings). Собеседники могут знать друг друга настолько хорошо, что могут многое что оставить недосказанным или предполагаемым. Иногда само приветствие опускается и используются лишь невербальные жесты. Вот пример диалога между мужем и женой.

Well?

Yes.

Great. What else did you do today? Затем следует рассказ.

Другую форму приветствия, которая характеризуется очень кратким предварительным приветствием (introductory greeting), а иногда и вовсе отсутствием какого-либо приветствия, можно назвать деловым приветствием (all-business greeting). Это происходит среди незнакомых американцев потому что они считают, что время другого ограничено и проявляют уважение, начиная разговор непосредственно с деловой части или просьбы

Client: Mr. Matone?

J. Matone: Yes.

Client: I want to talk to you about Puerto Rico.

J. Matone: Oh? Come in. What about Puerto Rico?

Тип предварительного приветствия (introductory greeting) включает в себя



---

также и приветствие людей, которые видятся впервые. Одной из целей такого приветствия является нахождение контакта – общих друзей, схожего опыта или темы, представляющей взаимный интерес. Начало диалога не обязательно состоит из приветствия или формального представления. Он может начаться с комментария по поводу чего-либо.

A: Nice party.

B: Yes.

A: Who do you know here?

B: Bill. I work with him.

A: Oh. Are you an accountant too?

B: No, I'm in public relations.

A.: Oh, well, I'm an old friend of Bill's (Ibidem).

Во всех вышеперечисленных примерах экономия языковых средств обусловлена коммуникативной ситуацией, пресуппозицией и, конечно, коммуникативной интенцией говорящего. Повторение структуры вопроса в редуцированной форме (2) подчеркивает эмоциональное состояние говорящего, а экспрессивность высказывания (3) достигается в результате функционирования языковых единиц, подчеркивающих чувства удивления и радости (Wow! That's great. That's pretty good). Помимо выражений "I'll call you", "See you" или "Talk to you soon", правилу количества соответствуют такие вполне естественные для диалога реплики, как *in short, to make a long story short, without details* и т. п.

Следует отметить, что в английском языке имеются множество приветствий, которые строятся по определенным предсказуемым образцам в зависимости от конкретного случая или ситуации, а собеседники непременно придерживаются определенных этикетных формул и ритуалов, комбинации ассоциированных вербальных и невербальных элементов Их незнание может привести к прагмалингвистическим и социопрагматическим ошибкам, а, следовательно, и к коммуникативной неудаче.

Как отмечают М. Эбсуорт, Дж. Бодман, М.Карпентер, среди исследователей бытует мнение, что приветствия являются простыми речевыми актами. Однако, хотя некоторые приветствия, которые они наблюдали в ходе естественного дискурса, были простыми, короткими речевыми актами, большинство из них являлись развернутыми и сложными речевыми актами. Наблюдения были аналогичны тем, которые были описаны касательно речевых актов извинения и благодарности (M.E.Ebsworth, J.W.Bodman, M.Carpenter 1996:93-94).

<sup>6</sup> Известный британский лингвист Д.Кристал приводит следующий пример:

A. I need a drink. B. Try the Bell. Если B придерживается принципа сотрудничества, из этого диалога возникает несколько импликатур,

---

например, the Bell должно быть местом, где продаются напитки; оно должно быть открытым (насколько известно В); оно должно быть поблизости (Crystal 1997. Об этом см. также: Агапова 2003: 140-141).

<sup>7</sup> М.О.Фаенова приводит пример обычного употребления носителями английского языка неофициального стиля при чтении лекций в студенческой аудитории (Фаенова 1991: 34), что, однако, является непривычным ни для русских ни для армян. В то же время, если характеризовать армянскую и англо-американскую культуры в терминах «специфичности – диффузности», определяющих соотношение социального и личного пространства, то армянскую культуру, в отличие от англо-американской, следует отнести к «диффузной», характеризующейся наличием у ее носителей огромного сектора личного пространства, при котором даже отношения служебные легко переходят в отношения семейно-личные, что находит свое отражение и в речевом этикете.

<sup>8</sup> Рассмотрим реализацию правил принципа Вежливости в диалогической речи на примерах вопросительных речевых актов. На наш взгляд, реализация принципа Вежливости в вопросительном акте представляет интерес, прежде всего, потому, что его трудно отнести к «вежливым» речевым проявлениям, поскольку, задавая вопрос, говорящий сам проявляет коммуникативную инициативу, побуждает собеседника к ответной реакции, задает тему разговора. Более того, вопрос может поставить собеседника в затруднительное положение в тех ситуациях, когда он не хочет делиться известной ему информацией, не уверен, что это следует делать или не знает ответ на заданный ему вопрос. В таких ситуациях, в отличие от тех, когда слушающий готов ответить на любой вопрос и поделиться всей известной ему информацией, говорящему потребуются дополнительные усилия, чтобы побудить слушающего к сообщению известной ему информации (Агапова: 147-148).

<sup>9</sup> О зависимости принципа Вежливости от коммуникативного контекста свидетельствует, например, следующий отрывок, взятый из трилогии Дж.Голсуорси «Современная комедия», который, несмотря на наличие в нем языковых маркеров вежливости (*you were good enough, be so kind as*), не может считаться вежливым. Так, Сомс Форсайт, подслушав язвительные слова Марджори Феррар, сказанные в адрес его дочери Флер, обратился к первой в присутствии других гостей вечера, устроенном Флер, со следующими словами: *“You were good enough, madam, to call my daughter a snob in her own house”* («Сударыня, вы были так любезны, что назвали мою дочь выскочкой в ее же доме»). И далее, в ответ на смех Марджори Феррар, продолжил: *“You are a traitress; be so kind as to withdraw”* («Вы предательница. Будьте добры удалиться»). Ответ Марджори Феррар был адресован не прямо Сомсу Форсайту, а третьим лицам, в знак пренебрежения: *“I don’t know who this person is”, she said; “but he is a liar.”*

---

(«Не знаю, кто этот человек, – сказала она, – но он – лжец!»).

<sup>10</sup> Герой романа Дж Сэлинджера «Над пропастью во ржи» Холден Колфилд в разговоре со своим учителем истории мистером Спенсером, которого Холден навестил перед своим отъездом из Пенси, после множества прямых вопросов, заданных ему учителем по поводу его экзаменационной работы и отчисления из Пенси, уже жалел, что зашел к нему проститься и стал не только избегать ответов на вопросы, но и использовал в своих ответах откровенную ложь:

“Do you blame me for flunking you, boy?” he said.

“No, sir! I certainly don't,” I said. I wished to hell he'd stop calling me “boy” all the time...

“What would you have done in my place?” he said. “Tell the truth, boy”.

Well, you could see he really felt pretty lousy about flunking me. So I shot the bull for a while. I told him I was a real moron, and all that stuff. I told him how I would've done exactly the same thing if I'd been in his place, and how most people didn't appreciate how tough it is being a teacher. That kind of stuff. The old bull. The funny thing is, though, I was sort of thinking of something else while I shot the bull”.

( – Ты сердисься, что я тебя провалил, мой мальчик? – спросил он.

- Что вы, сэр, ничуть! – говорю. Хоть бы он перестал называть меня «мой мальчик», черт подери!...

А что бы ты сделал на моем месте? – спросил он.. – Только говори правду, мой мальчик.

Да, видно, ему было здорово не по себе оттого, что он меня провалил. Тут, конечно, я принялся наворачивать. Говорил, что я умственно отсталый, вообще кретин, что я сам на его месте поступил бы точно так же и что многие не понимают, до чего трудно быть преподавателем. И все в таком роде. Словом, наворачивал как надо. Но самое смешное, что думал-то я все время о другом. Сам наворачиваю, а сам думаю про другое.)

И далее:

“How do you feel about all this, boy? I'd be very interested to know. Very interested”.

“You mean about my flunking out of Pencey and all?”...

“If I'm not mistaken, I believe you also had some difficulty at the Whooton School and at Elkton Hills”...

“I didn't have too much difficulty at Elkton Hills,” I told him. “I didn't exactly flunk out or anything. I just quit, sort of”.

“Why, may I ask?”

“Why? Oh, well it's a long story, sir. I mean it's pretty complicated”. I didn't feel like going into the whole thing with him. He wouldn't have understood it anyway. It wasn't up his alley at all.

– Скажи, а что ты по этому поводу думаешь, мой мальчик? Интересно

---

было бы знать. Весьма интересно.

- Это насчет того, что меня вытурили из Пэнси? – спрашиваю...

- Если я не ошибаюсь, у тебя были те же затруднения и в Хуттонской школе, и в Элктон-хилле?

- Никаких затруднений в Элктон-хилле у меня не было, – говорю. – Я не проваливался, ничего такого. Просто ушел – и все.

- Разреши спросить – почему?

- Почему? Да это длинная история, сэр. Все это вообще довольно сложно.

Ужасно не хотелось рассказывать ему – что да как. Все равно он бы ничего не понял. Не по его это части).

Сам Холден характеризовал себя следующим образом: “I'm the most terrific liar you ever saw in your life. It's awful. If I'm on my way to the store to buy a magazine, even, and somebody asks me where I'm going, I'm liable to say I'm going to the opera. It's terrible. So when I told old Spencer I had to go to the gym to get my equipment and stuff, that was a sheer lie. I don't even keep my goddam equipment in the gym”. («Я ужасный лгун – такого вы никогда в жизни не видали. Страшное дело. Иду в магазин покупать какой-нибудь журнальчик, а если меня вдруг спросят куда, я могу сказать, что иду в оперу. Жуткое дело! И то, что я сказал старику Спенсеру, будто иду в гимнастический зал забирать вещи, тоже было вранье. Я и не держу ничего в этом треклятом зале») (Salinger 1968; Сэлинджер 2003).

Следует отметить, что в некоторых случаях ложь используется Холденом для соблюдения принципа вежливости, как это видно из приведенного примера, где сам Холден чувствует, что учителю «было здорово не по себе оттого, что он меня провалил» и именно для сохранения лица учителя он стал говорить не совсем то, что думал (Well, you could see he really felt pretty lousy about flunking me. So I shot the bull for a while). Кстати и в своей экзаменационной работе он добавил приписку исключительно ради того, чтобы мистеру Спенсеру не было не ловко его провалить (Salinger 1968; Сэлинджер 2003).

<sup>11</sup>URL:<http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/11/15/remarks-president-obama-university-queensland>

<sup>12</sup>URL:<http://politicalticker.blogs.cnn.com/2012/11/07/transcript-obamas-victory-speech/>

<sup>13</sup>URL:<http://labourlist.org/2012/10/ed-milibands-conference-speech-the-transcript/>

<sup>14</sup>URL:<http://www.theguardian.com/politics/2010/oct/06/david-cameron-speech-tory-conference>

<sup>15</sup> URL; <http://www.margarethatcher.org/document/108217>

<sup>16</sup> URL: <https://www.theguardian.com/politics/2007/apr/30/conservatives.uk1>

<sup>17</sup> URL:<http://www.bbc.com/news/uk-politics-10377842>

<sup>18</sup> URL: <https://www.theguardian.com/politics/2007/apr/30/conservatives.uk1>

---

<sup>19</sup><http://www.margaretthatcher.org/speeches/displaydocument.asp?docid=102939>

<sup>20</sup><http://www.margaretthatcher.org/speeches/displaydocument.asp?docid=104989>

<sup>21</sup> Например, в японской культуре дискурса связь между принципом Вежливости и косвенностью высказывания намного сильнее, чем в американской или арабской культурах и то, что считается вежливым для американцев, может считаться невежливым в данных культурах. С другой стороны, есть культуры, в которых именно прямота высказывания считается проявлением вежливости. Как отмечают Х.Боу и К.Мартин, в культуре коренных израильтян (Israeli Sabra culture) существует прямая связь между принципом Вежливости и прямой высказывания. Как отмечает А.Вежбицка, поляки иногда производят впечатление «невежливых» и даже «грубых» людей в силу частого употребления перформативов и императивов при высказывании советов и других директив. В культурах, где коммуникационной нормой является косвенность высказывания, такие типы высказываний могут считаться чересчур прямыми (Bowe, Martin 2009: 37).

<sup>22</sup>URL:<http://obamaspeeches.com/094-A-Way-Forward-in-Iraq-Obama-Speech.htm>

<sup>23</sup> URL: <https://ria.ru/analytics/20110206/330325071.html>

<sup>24</sup>URL:<http://elections.nytimes.com/2008/president/debates/transcripts/third-presidential-debate.html>

<sup>25</sup>URL:<http://www.nytimes.com/2015/01/21/us/politics/obamas-state-of-the-union-2015-address.html>

<sup>26</sup>URL:<https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/08/25/hillary-clintons-alt-right-speech-annotated/>

<sup>27</sup> URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=8032>

<sup>28</sup> URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/transcript-donald-trump-unveils-america-first-foreign-policy-platform-a7004301.html>

<sup>29</sup> URL:<https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/09/26/the-first-trump-clinton-presidential-debate-transcript-annotated/>

<sup>30</sup> URL: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-eu-referendum-35634239>

<sup>31</sup>URL:<https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2016/04/22/remarks-president-obama-and-prime-minister-cameron-joint-press>

<sup>32</sup> URL:(<http://www.telegraph.co.uk/news/2016/04/22/barack-obama-wont-threaten-britain-as-long-as-we-do-as-he-says/>)

<sup>33</sup> URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/eu-referendum-boris-johnson-independence-day-live-debate-bbc-vote-leave-brexit-remain-a7094531.html>; URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/nigel-farage-says-he-hopes-brexit-victory-will-bring-down-the-whole-failed-project-of-the-eu-a7099041.html>

<sup>34</sup> URL:<http://www.independent.co.uk/news/uk/scottish-independence/scottish-independence-full-text-of-david-camersons-no-going-back-speech-9735902.html>

---

<sup>35</sup>URL:<http://www.economist.com/blogs/economist-explains/2014/09/economist-explains-10#sthash.G4TTFpxP.dpuf>

<sup>36</sup> URL: <http://www.bbc.com/news/uk-scotland-29277527>

<sup>37</sup>URL:<https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2016/04/22/statement-president-armenian-remembrance-day>

<sup>38</sup>URL:<https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2015/04/23/statement-president-armenian-remembrance-day>

<sup>39</sup> URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/transcript-donald-trump-unveils-america-first-foreign-policy-platform-a7004301.html>

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Среди факторов, влияющих на процесс коммуникации, особенности национальной культуры имеют первостепенное значение. Они оказывают непосредственное влияние на коммуникативное поведение представителей той или иной лингвокультурной общности, находят непосредственное отражение в языке, в многочисленных речевых стереотипах, правилах этикета, в невербальных средствах общения. Выявление национальной специфики речевого общения предполагает применение ряда методов исследования, таких как лексико-смантический, описательный, контекстуальный, сопоставительный, анализ дискурса в рамках антропоцентрической парадигмы в лингвистической науке.

Эффективность межкультурного общения в значительной степени зависит от культурной грамотности относительно тех базовых культурных ценностей, которые характерны разным культурам и которые находят отражение как непосредственно в языке, так и в нормативах коммуникативного поведения. Существенным компонентом национально-культурного уровня владения языком является знание коннотаций слова, которые очень часто бывают обусловлены национально – имена персоналий, обозначения цветов, названия животных, растений и т.д. То же относится и к национально-обусловленным речевым стереотипам, которые характерны для той или иной речевой ситуации. У разных наций один и тот же признак приписывается разным денотантам, одни и те же выразительные средства и стилистические приемы выражают неодинаковые эмоции и понятия. Национальная специфика проявляется в традиционных образах, пословицах и поговорках, мифах и различных повериях, национальной системе метафор, сравнений, эпитетов, так же как и невербальных компонентах коммуникации, включающих общепринятые нормы поведения, правила этикета и традиции невербального общения, которые в некоторых культурах если не полностью, то хотя бы

частично занимают доминирующее положение.

Речевая деятельность, как и любой другой вид деятельности, регулируется определенными нормами и правилами. Хотя эти нормы и правила носят общий характер, в разных культурах они имеют свою национально-культурную специфику, которую мы постарались выявить на примере анализа английской речевой коммуникации в целом и англоязычного политического дискурса в частности. В результате нашего исследования мы пришли к заключению, что для того, чтобы наше общение было успешным и бесконфликтным и чтобы была достигнута цель коммуникации, следует основываться на основных общечеловеческих коммуникативно-прагматических принципах общения, главным из которых является принцип Сотрудничества. В тоже время успешность коммуникации зависит от прагматических пресуппозиций коммуникантов, их культурной грамотности относительно принципов и правил коммуникации, стратегий и тактик общения, свойственных данной культуре, выбора таких речевых средств, которые не только наиболее полно отвечают коммуникативному намерению адресанта, но и соответствуют ценностным стереотипам той культуры на языке которой ведется коммуникация. Это в полной мере относится и к политической коммуникации, которая оказывается тем эффективнее, чем больше основывается на принятых в данной лингвокультурной общности нормах, принципах и ценностях.

Поскольку главной целью политической коммуникации является оказание воздействия на адресата и его убеждение в нужном для адресанта русле, используемые стратегии и тактики, в том числе речевые акты следует рассматривать с точки зрения эффективности их перлокутивного эффекта. Достижению этой цели служат используемые в политической коммуникации значимые для данной лингвокультуры концепты и ценности (семья мать, дом, свобода, равенство и т.д.) не только на лексико-семантическом, но и стилистическом уровнях. Разные стилистические фигуры речи и тропы, которые зачастую носят культурно-маркированный



характер, призваны обеспечить именно перлокутивный эффект высказывания. В то же время следует учитывать, что речевые акты реализуются в разных культурах по-разному, и это различие может также привести к трудностям в межкультурной коммуникации.

Выбор адекватных определенной коммуникативной ситуации речевых средств и тактик речевого поведения зависит от личности каждого конкретного коммуниканта. Личностные характеристики коммуникантов, как явные, так и скрытые, актуализируются в процессе их речевой деятельности, поэтому эффективность коммуникации во многом зависит как от учета личностных характеристик конкретного коммуниканта, так и его принадлежности к той или иной культуре.

Проблемы, возникающие в ходе межкультурного общения главным образом обусловлены отсутствием общности сознаний коммуникантов. Лингво-когнитивный подход к коммуникации позволяет выявлять, анализировать и структурировать то, что имеет непосредственное отношение к национальным особенностям сознания. Даже универсальные концепты, как, например, мать, отец, семья, дом и др. в разных лингвокультурах могут иметь свою национально-культурную специфику, свои культурно-обусловленные фреймовые структуры, свои символические значения.

В то же время следует учитывать, что оценка окружающего мира основывается в первую очередь на системе ценностей, принятой данным обществом. Как показывают исследования, проводимые в рамках существующих методик кросскультурного измерения культур, система ценностей зависит не только от этнических характеристик и личностного опыта, но и социально-экономических, общественно-политических и культурно-исторических условий, влияющих на то, какие именно ценности оказываются более актуальными – традиционные ценности или ценности секулярно-рациональные, ценности выживания или ценности самовыражения. С этой точки зрения представляется перспективным использование комплексного метода при анализе

универсальных и культурно-специфических концептов. Считаем, что использование наряду с лингво-когнитивным подходом, при котором за исходную точку описания концепта принимается языковая единица, вербализующая концепт, также и лингвокультурологического подхода, который предполагает описание способов актуализации концептов в языке на основе актуальных для данной культуры ценностей, не только не взаимоисключают, но и дополняют указанные подходы.

На основе ценностей формируются личностные и социально-культурные нормы поведения. В их число входят и речевые стратегии и тактики, обладающие, наряду с универсальными чертами, достаточно яркой культурной маркированностью, выражающейся, в частности, в использовании тех или иных коммуникативных стратегий и тактик, в способах их вербализации, в принципах сочетания различных коммуникативных стратегий и тактик друг с другом и др. Многие коммуникативные категории и концепты, как, например, «вежливость», «грубость», «сохранение лица», «коммуникативное давление», «эмоциональность», «молчание», «категория тематики общения» и др. имеют свою специфику в разных культурах, что требует детального анализа.

Имена, принадлежащие тому или иному коду культуры, обладают, помимо общеязыкового, еще и особым значением как знаки вторичной семиотической системы, причем значение это отнюдь не является ситуативно обусловленным, но закреплено за соответствующей единицей языка». Классические толковые словари, как правило, не описывают эти значения, игнорируя их, что делает необходимым и актуальным выявление этих значений и введение подобных описаний в лексикографическую практику. Это даст возможность приблизиться к решению таких фундаментальных для современной гуманитарной науки задач, как описание языковой картины мира, выявление особенностей национального менталитета и национального мировидения, определение особенностей национально специфического воплощения универсальных инвариантных представлений о мире и др.

Изучение этнокультурной специфики коммуникативного поведения представителей различных национально-лингвокультурных сообществ должно идти по пути детального анализа коммуникативных категорий и концептов, аккумулирующих сущностные знания и представления человека об общении и правилах его осуществления в рамках конкретной культуры и проявляющих себя в структуре языка и дискурса в форме «основополагающей компоненты культуры».

В информационной базе человека есть компоненты (концепты), общие для всех народов; есть национально-специфические концепты (имеющие национальное своеобразие при частичном совпадении по содержанию у разных народов), а также сугубо национальные, лакунарные, безэквивалентные, эндемические концепты, характерные только для национального сознания отдельного народа (например, английский концепт *privacy*). Сопоставление семантических пространств разных языков позволяет увидеть общечеловеческие универсалии в отражении окружающего людей мира, и в то же время выявляет специфическое, национальное в наборе концептов и их структуризации.

Стиль речи людей в ходе их общения во многом бывает обусловлен той национальной культурой, к которой они принадлежат. Национально-культурные и социально-культурные факторы непосредственно влияют на 1) выбор тем в ходе общения людей, 2) общепринятые формы общения (глубина, содержательность, степень откровенности и т.д.), 3) содержание коммуникации, 4) превалирование вербальных и невербальных форм коммуникации, 5) смысловой уровень коммуникации (фактологический или эмоциональный) и т.д.

Одной из важнейшей характеристикой, определяющей взаимоотношения между людьми, является принятая в общении того или иного культурного сообщества степень эмоциональности, на основании чего культуры могут быть подразделены на эмоциональные и нейтральные. Армянская культура относится к культурам эмоциональным, поскольку выражение своего личного

отношения, как вербальными, так и невербальными средствами, является общепринятым, что находит отражение как в языке, так и в нормативах коммуникативного поведения. Англо-американская лингвокультура относится к культурам эксплицитно эмоциональным, что означает, с одной стороны, приверженность ее представителей к положительно окрашенной эмоциональной риторике, в том числе в политическом дискурсе (например, гиперболизированная оценочность с помощью использования суперлативных единиц языка, как например, *terrific*, *incredible*, *gorgeous*, *fantastic*, *amazing* и др.), а с другой стороны подчеркивает тот факт, что данная эмоциональность является лишь принятой нормой общения, и совсем не всегда соответствует их личным чувствам и эмоциям, которые склонны принимать решения на основании взвешенного прагматического расчета.

Приобщение к иной культуре требует сознательных усилий в этом направлении, способности объективного анализа своего поведения и объяснения правил иной лингвокультурной общности. Вычленение путем межкультурных сопоставлений и сравнений несвойственных родному языку и родной культуре единиц, понятий, реакций, норм и правил поведения, умение понять причины и объяснить то или иное явление с точки зрения другой культуры, необходимо для овладения правилами существующими в иной лингвокультурной общности. Вероятность коммуникационной неудачи из-за интерференции родного языка и родной культуры тем меньше, чем больше осознается разница между принятыми нормами общения в соответствующих культурах участниками коммуникации.

Непредвзятое отношение к чужой культуре, толерантность, эмпатия, понимание национально-культурных особенностей иной социо-культурной общности являются необходимым условием достижения взаимодействия и взаимопонимания культур, повышения эффективности межкультурной коммуникации.

Важную роль в углублении межкультурного сотрудничества, преодолении межкультурных конфликтов играет политический дискурс, в том числе речи и выступления руководителей государств,

других политических деятелей. В современном политическом дискурсе активно используются ресурсы, не только характерные для классической риторики, но и новые, созданные и осмысленные в рамках постмодернистской эстетики, в том числе интертекстуальность и интерстилевое тонирование.

Межнациональные отношения являются одной из болевых точек современной политической жизни. Неосторожные высказывания политических деятелей могут спровоцировать межнациональные конфликты, поэтому вступая в коммуникацию говорящие должны быть предельно осторожными в своих высказываниях, касающихся сферы межнациональных отношений. Порой, желая не допустить провоцирования межнациональных конфликтов, а очень часто и исходя из внутривнутриполитических и внешнеполитических интересов своих стран политические лидеры прибегают к тактике маневрирования, избегания называния вещей своими именами. Однако подобный подход, характерный для современного постмодернистского дискурса, не может способствовать решению существующих межкультурных и межнациональных проблем. В то же время характерная для современных условий усиливающаяся агонистичность и агрессивность политического дискурса, сопровождающаяся отказом от принципов политической корректности и во многом противоречащая общепринятым коммуникативным постулатам и принципам, может приводить к коммуникативным сбоям как внутри данной лингвокультурной общности, так и в межкультурном и межнациональном общении.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Агапова С.Г. Основы межличностной и межкультурной коммуникации (английский язык). Ростов н / Д.: Феникс, 2004.- 288 с.
2. Азарова Е.С. Английские, немецкие, французские пословицы и поговорки. М.: Энтраст Трейдинг, 2015. – 256 с.
3. Алпатов В.М. История лингвистических учений. М., 2001.- 368.
4. Американское коммуникативное поведение: Научное издание. / Под ред. И.А.Стернина и М.А.Стерниной. Воронеж: ВГУ-МИОН, 2001. – 224 с.
5. Аннушкин В.И. Риторика. Экспресс-курс [электронный ресурс]. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. – 224 с.
6. Апресян Ю.Д. Английские синонимы и синонимический словарь // Англо-русский синонимический словарь. М., 1979. С.500-543.
7. Аристотель. Риторика. Поэтика. М.: Лабиринт, 2000. – 224 с.
8. Армянские пословицы и поговорки (на ярямянском и русском языках) / Составление и перевод Г.О.Карапетяна / Отв.ред. Г.Л.Пермяков. М.: Наука, 1972. – 264 с.
9. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. Энциклопедия, 1990. С. 136-137.
10. Арутюнова Н.Д. Речь // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Сов. Энциклопедия, 1990. С. 136-137.
11. Балашова Е.Ю. Концепты любовь и ненависть в русском и американском языковых сознаниях. Автореф. дис... канд. филол. наук. Саратов, 2004. – 25 с.
12. Баранов А.Н., Казакевич Е.Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. М.: Знание, 1991. – 63 с.
13. Барташова О.А. Стилистические особенности коммуникативных неудач в англоязычном политическом дискурсе. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 62 с.
14. Бахтин М.М. Эстетика словестного творчества. М.: Искусство, 1979. – 423 с. (а)
15. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М.: Советская Россия, 1979-320 с. (б)

16. Белла Р.Н Гражданская религия в Америке. Пер. с англ.С.Б. Веселовой, В.А. Егорова // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2014. Том 15. Вып. 3.С. 162-182.
17. Бенвенист Эмиль. Общая лингвистика. Благовещенск: Благовещенский Гуманитарный Колледж им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 1998.-362 с.
18. Бердяев Н. А. Царство Духа и царство Кесаря. М.: Республика, 1995. – 383 с.
19. Бердяев Н. А. Самопознание: мемуары. М.: ДЭМ, 1990.- 210 с.
20. Библер В.С. Михаил Михайлович Бахтин, или поэтика культуры. М.: Прогресс, 1991.-176 с.
21. Богачев Р.Е. Отражение английской языковой картины мира в концептах “home”, “freedom”, “privacy”, “common sense”. Автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. филол. наук. Белгород, 2007. – 22 с.
22. Богданов В.В. Речевое общение: Прагматические и семантические аспекты. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1991.- 88 с.
23. Бодрунова С.С. Современные стратегии британской политической коммуникации. М.: Товарищество научных изданий КМК, 2010. – 423 с.
24. Брутян Л.Г. Беседы о межкультурной коммуникации. Ереван: Изд-во Эдит Принт, 2014. – 400 с.
25. Брутян Л.Г. Речевой этикет в поликодовом пространстве.// Коммуникация в поликодовом пространстве: лингвокультурологические, дидактические, ценностные аспекты: материалы междунар. науч. конфер. СПб: Изд-во политехн. ун-та, 2015. С.46-48.
26. Будаев Э.В. Метафора в политической коммуникации: монография / Э.В.Будаев, А.П. А.П. Чудинов. М.: Флинта: Наука, 2008. – 248 с.
27. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Зарубежная политическая лингвистика: учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2008. – 352 с.
28. Вашталова Ю.С. Риторические особенности американского политического дискурса: когнитивно- семантический аспект: на материале речей политических лидеров США: автореф. дис. . канд. филол. наук: 10.02.04. СПб., 2009.- 17 с.
29. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / пер. с англ. М.: Рус. слов., 1996. – 416 с.

30. Вежбицка А. Культурно-обусловленные сценарии и их когнитивный статус // Язык и структура знания. М., 1990. С. 63-85.
31. Вежбицка А. Речевые жанры // Социальная психоллингвистика: Хрестоматия / Составление К.Ф.Седова. – М.: Лабиринт, 2007. – С. 237-249.
32. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / пер. с англ. А.Д. Шмелева. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 272 с.
33. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов / Пер. с англ. А.Д. Шмелева. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
34. Веккер Л.М. Психика и реальность: Единая теория психических процессов. М.: Смысл: Per Se, 2000.- 688 с.
35. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. М.: Русский язык, 1990. – 246 с.
36. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. В поисках новых путей развития лингвострановедения: концепция речеповеденческих тактик. М.: Ин-т русс.яз. им. А.С.Пушкина, 1999. – 84 с.
37. Виноградов В.В. История русских лингвистических учений. М.: Высшая школа, 1978.- 360 с.
38. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М.: Изд-во АН СССР, 1963. – 255 с.
39. Виноградов В.В. Некоторые задачи изучения синтаксиса простого предложения // Вопросы языкознания. 1954. № 1. С. 3-29.
40. Виссон Л. Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур. Пер. с англ. Изд. 3-е. М.: Р.Валент, 2005. – 192 с.
41. Власова Е.В. Речевая агрессия как одно из выражений власти в СМИ // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. Власть и речь. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2004. С. 190-195.
42. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика/ Пер. с англ. и нем. Волгоград: Перемена, 1997. -139 с.
43. Волошинов В.Н.(Бахтин М.М.) Марксизм и философия языка // М.М Бахтин под маской. М.: Лабиринт, 2000. – С. 350 – 486.
44. Воркачев С.Г. Концепт как «зонтиковый» термин // Язык,



- сознание, коммуникация: Сб. Статей. Вып. 24. / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2003. – С. 5-12.
45. Выготский Л.С. Собрание сочинений. М.: Педагогика, 1982. Т.2. – 504 с.
  46. Гаврилова М.В. Политическая коммуникация XX в. Санкт-Петербург: Изд-во Невского института языка и культуры, 2008. – 94 с.
  47. Гаспарян С.К. Фигура сравнения в функциональном освещении. Ер.: Лусакн, 2013. – 324 с.
  48. Гиппенрейтер Ю.Б. Введение в общую психологию: курс лекций. М.: АСТ, Астрель, 2015. – 352 с.
  49. Гоголь Н.В. Мертвые души. М: Детгиз, 1957. – 607с.
  50. Гойхман О.Я., Надеина Г.М. Речевая коммуникация: Учебник для вузов. М.:ИНФРА-М., 2008. – 272 с.
  51. Горелов И.Н., Седов К.Ф. Основы психолингвистики. М.: Лабиринт, 2001. 304 с.
  52. Горошко Е.И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / науч. ред. Т.Н.Колокольцева, О.В. Лутовинова. 2-е изд. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. – С. 9 -52.
  53. Грайс Г.П. (1985). Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.16. Лингвистическая прагматика. М. С.217-237.
  54. Грановская Р.М. Творчество и конфликт в зеркале психологии. С-П.: Речь, 2006. – 416 с.
  55. Григорьева А.И. 1000 русских и английских пословиц и поговорок. М.: АСТ, 2010.- 608 с.
  56. Гришаева Л.И., Цурикова Л.В. Анализ проблем межкультурной коммуникации на материале текстов модифицированного этнографического интервью // Studies About Languages. 2008. No. 12. С. 66-76.
  57. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352 с.
  58. Гудков Д. Б. Единицы кодов культуры: проблемы семантики // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2004. Вып. 26. С. 39 – 50.

59. Гудков Д. Б. Прецедентное имя и проблема прецедентности. М.: Изд-во МГУ, 1999. – 152 с.
60. Гудков Д. Б., Ковшова М.Л. Телесный код русской культуры: материалы к словарю. М.: Гнозис, 2007. – 288 с.
61. Гумбольдт, Вильгельм фон. Лаций и Эллада // Гумбольдт, Вильгельм фон. Избранные труды по языкознанию / общ. ред. Г.В. Рамишвили. М.: Прогресс, 1984. С. 303 -307.
62. Гунина Л.А. Этноспецифические концепты как отражение национального характера // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. Выпуск № 97. 2009. С. 169 – 175.
63. Давыдов Д.Ю., Розин М.В. От разоблачения метафор – к созданию новых // Мир психологии и психология в мире: Научно-методический журнал. М., 1994/0. – С. 102-107.
64. Даль В.И. Пословицы русского народа. М.: «Художественная литература», 1957. – 992 с.
65. Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 344 с.
66. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Пер. с англ. М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
67. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. – 600 с.
68. Дементьев В. В. Непрямая коммуникация. М.: Гнозис, 2006. – 375 с.
69. Дементьев В.В. Косвенные директивы и манипуляции в русской речи: национально-ценностный взгляд // Культура и текст №2, 2013. С. 238-251 (URL: <http://www.ct.uni-altai.ru/wp-content/uploads/2013/10/Дементьев20132.pdf>).
70. Жинкин Н.И. Язык – Речь – Творчество (Избранные труды) / Сост., прим. С.И.Гиндина. М.: Лабиринт, 1998. – 368 с.
71. Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М.: Языки славянской культуры, 2005.- 544 с.
72. Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б., Благоева Д.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация: Сб. Статей / Ред. В.В.,Красных, А.И. Изотов. – М.: «Филология», 1997. Вып. 1. С. 82-103.

73. Здравомыслов А. Трансформация смыслов в национальном дискурсе // Язык и этнический конфликт / Под, ред. М. Брилл Олкот и И.Семенова. Моск. Центр Карнеги. М.: Гендальф, 2001. С 34-57.
74. Зимняя И. А. Лингвопсихология речевой деятельности. М.: Московский психолого-социальный институт, Воронеж: НПО «МОДЭК», 2001.- 432 с.
75. Зимняя И. А. Педагогическая психология. Ростов н/Д.: Феникс, 1997. – 480 с.
76. Знаков В.В. Психология понимания правды. СПб.: Алетейя, 1999. – 281 с.
77. Золян С.Т. Язык и политическая реальность: перечитывая Орвелла // Язык, общество, коммуникация / Ер. гос. лингвистический университет им. В.Я.Брюсова: Изд-во "Лингва", 2010. №1. – С. 23- 33.
78. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
79. Кавинкина И.Н. Психолингвистика. Гродно: ГрГУ, 2010. – 120 с.
80. Капутикян С.Б. Встречи без расставаний: Очерки, публ. статьи, эссе.[Пер. с арм. Т. Смолянской и др.]. – Ер.: Совет. грох, 1987. – 496 с.
81. Карасик В.И. Язык социального статуса. М.: Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ин-т, 1992. – 330 с.
82. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
83. Карасик В.И. Дискурс // Социальная психолингвистика: Хрестоматия / Сост. проф. К.Ф.Седов. М.: Лабиринт, 2007. С. 162 – 196.
84. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты: Сб. науч. тр. / ВГПУ, ПМПУ. Волгоград – Архангельск, 1996. С. 3 – 16.
85. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. 6-е изд. М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – 264 с.
86. Ключев Е.В. Риторика. Инвенция. Диспозиция. Элокуция: Учебное пособие для вузов. М.: Издательство ПРИОР, 2001. – 270 с.
87. Кобзева Н. А. Коммуникативная компетенция как базисная категория современной теории и практики обучения

- иностранным языком / Н. А. Кобзева // Молодой ученый. – 2011. – №3. Т.2. – С. 118-121.
88. Кобзева И.М. Лингво-прагматический аспект анализа языка СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / Отв. ред.: д.ф.н. проф. Володина М.Н. М.: Изд-во МГУ, 2003.
  89. Концептуальная систематика речевой коммуникации: коллективная монография / науч. ред. д-р филолог. наук, проф. Г.М.Костюшкина. – Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 2014. – 368 с.
  90. Кончакова С.В. Проблема национальной идентичности в позднем творчестве Ч.Диккенса («Большие надежды», «Наш общий друг», «Тайна Эдвина Друда»). Автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. филол. наук. Воронеж, 2011. – 23 с.
  91. Котельникова Л.А., Рузавин Г.И. Системный подход к процессу убеждения и аргументации // Теория и практика аргументации / Отв. ред. И.А. Герасимова. М.: РАН Институт философии, 2001. С. 7-27.
  92. Кравченко А.И. Культурология. Учебное пособие для вузов. М.: Академический Проект. 2001. – 496 с.
  93. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: «Гнозис», 2003.- 375 с.
  94. Красных В.В. Лингво-когнитивный подход к коммуникации // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: Диалог – МГУ, 2000. Вып. 12. С. 41– 45.
  95. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. М.: «Гнозис», 2002.- 283 с.
  96. Крысин Л.П. Социальный аспект владения языком // Социальная психоллингвистика: Хрестоматия / Сост. проф. К.Ф.Седов. М.: Лабиринт., 2007. – С.96-124.
  97. Крысин Л.П. Владение языком: лингвистический и социокультурные аспекты // Язык – культура – этнос. М.: Наука, 1994. С. 66-77.
  98. Крысько В.Г. Этническая психология. М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 320 с.
  99. Кубрякова Е.С. Традиционные проблемы языкознания в свете новых парадигм знания. Материалы круглого стола. – М.: Ин-т языкознания РАН, 2000. – С. 3-10.
  100. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения. М.:

- Ин-т языкознания РАН, 1997. – 331 с.
101. Кубрякова Е.С. Концепт // Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Под общей редакцией Е.С. Кубряковой. М. Филологический факультет МГУ им М.В.Ломоносова, 1996. С. 90 – 93.
  102. Куликова Л.В. Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме. Красноярск, 2006. – 392 с.
  103. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. М.:Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
  104. Ларина Т.В. Англичане и русские: Язык, культура, коммуникация. М.: Языки славянских культур, 2013. – 360 с.
  105. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009.- 507 с.
  106. Лебедева Н.М. Прикладные аспекты этнической психологии // Психология: Учебник для гуманитарных вузов. 2 – е изд. / Под общ. ред. В.Н. Дружинина. СПб.: Питер, 2009. – С. 538-553.
  107. Леонтович О.А. Россия и США: Введение в межкультурную коммуникацию: Учеб. пособие. – Волгоград: Перемена, 2003. – 399 с.
  108. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. М.: Просвещение, 1969. – 214 с.
  109. Леонтьев А.А. Языковое сознание и образ мира // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. М.: Институт языкознания РАН, 1993. С.16 – 21.
  110. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М.:Смысл; СПб.: Лань, 2003. – 287 с.
  111. Леонтьев А. Н. Деятельность, сознание, личность. М.: Политиздат, 1975. – 487 с.
  112. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Известия РАН. Серия лит. и яз. 1993. № 1. С. 3-9
  113. Локк Д. Соч. В 3-х т. Т.3. М.: Мысль, 1988. – 668 с.
  114. Лотман Ю.М. Избранные статьи. Т. 1. Таллинн: «Александра», 1992. – 479 с.
  115. Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб.: «Искусство – СПб», 2000.- 704 с.

116. Лурия А.Р. Язык и сознание. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1998. – 336 с.
117. Майол Э., Милстед Д. Эти странные англичане / Пер.с англ. М.: Эгмонт Россия Лтд., 1999. – 72 с.
118. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учеб. пособие / В.А.Маслова. 5-е изд. М.: Флинта: Наука, 2011.- 296 с.
119. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Изд. центр «Академия», 2001. – 208 с.
120. Маслоу А. Мотивация и личность. Пер. с англ.СПб.: Евразия, 1999. – 479 с.
121. Миронов В.В. Философия и метаморфозы культуры. М.: Современ. тетради, 2005. – 422 с.
122. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. Тверь: Изд. Тверск. Гос. Ун-та. 1998. – 200 с.
123. Михальская А.К. Основы риторики: Мысль и слово. – М.: Просвещение, 1996. – 416 с.
124. Налчаджян А.А. Этническая характерология. Ереван: «Огебан», 2001. – 448 с.
125. Налчаджян А.А. Этнопсихологическая самозащита и агрессия. Ереван: «Огебан», 2000. – 408 с.
126. Нушикян Э.А. Типология интонации эмоциональной речи. Киев-Одесса: Вища шк., 1986. – 159 с.
127. Общеευропейские компетенции владения иностранным языком: Изучение, преподавание, оценка. Council of Europe. Департамент современных языков, Страсбург: Cambridge University Press. Московский государственный лингвистический университет, 2003. – 256 с.
128. Овчинников В.В. Корни дуба. Впечатления и размышления об Англии и англичанах. М.: «Мысль», 1980. – 300 с.
129. Остроумов С.В. История идеи гражданского общества в англо-американской либеральной политической традиции. Монреаль: Accent Graphics Communications, 2013. – 128 с. (электронная книга). URL: [dlib.rsl.ru/loader/view/01006722476?get=pdf](http://dlib.rsl.ru/loader/view/01006722476?get=pdf)
130. Павловская А.В. Как иметь дело с англичанами: несентиментальное путешествие. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2006. – 206 с.
131. Паршина О.Н. Приемы реализации стратегии

- саморепрезентации в речи административно-политической элиты // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. Власть и речь. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2004. С. 25-34.
132. Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и сознание: теоретические разграничения и понятийный аппарат // Социальная психоллингвистика: Хрестоматия / Сост. проф. К.Ф.Седов. М.: Лабиринт, 2007(а). С. 37 -73.
  133. Попова З.Д., Стернин И.А. Семантико-когнитивный анализ языка. Воронеж: изд-во «Истоки», 2007. – 250 с.
  134. Пост Э. Этикет. Перевод с англ. М.: Наука, 1996. – 616 с.
  135. Радаев А.М. О некоторых составляющих речевого воздействия диалогических и монологических текстов и остроумных высказываний // Психоллингвистические и социоллингвистические детерминанты речи. М.: Ин-т языкознания, 1978. С. 182- 195.
  136. Рождественский Ю. В. Принципы современной риторики. М. : Флинта : Наука, 2003. – 176 с.
  137. Рождественский Ю. В. Теория риторики. М.: Добросвет.1997. – 597 с.
  138. Розина И.Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация: теория и практика. – М.: Логос, 2005. – 437 с.
  139. Руберт И.Б. Текст и дискурс: к определению понятий // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса. СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. С. 23-37.
  140. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2009. – 713 с.
  141. Румянцева И.М. Психология речи и лингвопедагогическая психология. – М.: ПЕР СЭ; Логос, 2004. – 319 с.
  142. Русские пословицы и поговорки / Под ред. В.Аникина. М.: Худож. лит., 1988. – 431 с.
  143. Сальникова Н. В. Национально-культурная риторика политического дискурса (на материале публичных выступлений Р. Рейгана и М.С. Горбачева): автореф. дис. . канд. филол. наук: 10.02.19. Ставрополь, 2011. – 21 с.
  144. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств. М.: Издательство «Р. Валент», 2005. – 216 с.
  145. Самохина Т.С. Деловое общение в контексте межкультурных

- отличий // Вопросы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения: Сборник материалов конференции. М.: РУДН, 2008. С. 193-201.
146. Сафонова В.В. Коммуникативная компетенция: современные подходы к многоуровневому описанию в методических целях. – М: Еврощкола, 2004. – 236 с.
147. Седов К.Ф. Речевая манипуляция как стремление к власти над человеком // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. Власть и речь. Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2004. С. 183-190.
148. Серль Дж. Р. (1986а). Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск 17. Теория речевых актов. М. С. 151-169.
149. Серль Дж. Р. (1986б). Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск 17. Теория речевых актов. М. С. 170-194.
150. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс: Изд. группа «Универс», 1993. – 656 с.
151. Сидоров Е.В. Речевая коммуникация: фундаментальные необходимости. М.: Изд-во РГСУ, 2010. – 154 с.
152. Современная политическая коммуникация: Учебное пособие / Отв. Ред. А.П. Чудинов / Урал. Гос. Пед. Ун-т. Екатеринбург, 2009. – 292 с.
153. Солохина А.С. Концепт «свобода» в английской и русской лингвокультурах. Дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2004.- 191 с.
154. Сопер П.Л. Основы искусства речи. Ростов-на Дону: Феникс, 1995. – 448 с.
155. Соссюр Ф. Труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1977. – 695 с.
156. Степанов Ю.С. Основы общего языкознания. М. 2-е изд. перераб. М.: Просвещение, 1975. – 271 с.
157. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Истоки, 2001. – 252 с.
158. Стернин И.А. Коммуникативное и когнитивное сознание // С любовью к языку: сб. науч. тр. Москва – Воронеж, 2002. – С. 44-51
159. Стернин И.А., Ларина Т.В., Стернина М.А. Очерк английского



- коммуникативного поведения: Научное издание. Воронеж: Истоки, 2003. – 185 с.
160. Сухарев В.А. Психология интеллекта. Донецк: Сталкер, 1997. – 409 с.
  161. Сэлинджер Дж.. Над пропастью во ржи. Романы, повести, рассказы. М.: Изд-во Лксмо, 2003. 656 с.
  162. Тарасов Е.Ф. Язык и культура: методологические проблемы // Язык – культура – этнос. М., 1994. С. 105-112.
  163. Тарасов Е.Ф. Межкультурное общение – новая онтология анализа языкового сознания // Этнокультурная специфика языкового сознания: Сб статей. М. 1996. С. 7 -22.
  164. Тарасов Е.Ф. К построению теории межкультурного общения // Языковое сознание: формирование и функционирование. Сб статей. М., 1998. С. 30-34.
  165. Телия В.Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
  166. Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур. М.: Слово, 2008. – 344 с.
  167. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000. – 262 с.
  168. Толстой Н. И. Язык и народная культура. Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике. М. Изд-во «Индрик», 1995. – 512 с.
  169. Томахин Г.Д. Реалии – американизмы. М.: Высш. шк., 1988. – 239 с.
  170. Тричик М.В. Концептуальные метафоры в политическом дискурсе (На материале предвыборной речи Б. Обамы и М.Ромни). Дис. на соиск. уч. степ. д-ра философии (PHD). Almaty, 2014. – 182 с.
  171. Тургенев И.С. Русский язык // Собрание сочинений. Т.8. М. «Художественная литература», 1978, с. 458.
  172. Уфимцева Н.В. Языковое сознание и образ мира славян // Языковое сознание и образ мира. М.: Ин-т языкознания РАН, 2000. С. 207 – 219.
  173. Фаснова М.О. Обучение культуре общения на английском языке. М.: Высш. шк., 1991.- 144 с.
  174. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXII. М.: Прогресс, 1988. – С.

52-92.

175. Фокс К. Наблюдая за англичанами. Скрытые правила поведения. М.: РИПОЛ классик, 2008. – 512 с.
176. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход, М.: Рус. яз., 2002. – 216 с.
177. Фрумкина Р.М. Психоллингвистика. М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 320 с.
178. Хомский Н. (а) Язык и мышление. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1972. – 122 с.
179. Хомский Н. (б) Аспекты теории синтаксиса. Пер. с англ. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1972. – 259 с.
180. Хотинец В.Ю. Методологические основы этнической и кросскультурной психологии. М.: Форум, 2012. – 88 с.
181. Хрестоматия по истории русского языкознания / Под ред. Ф.П.Филина. М.: Высшая школа, 1973. – 476 с.
182. Цурикова Л.В. Анализ межкультурной коммуникации: когнитивно- прагматический подход // Вестник ВГУ. Серия Гуманитарные науки. 2003. № 2. – С.162-182
183. Цурикова Л.В. Социально-культурная обусловленность знания и анализ дискурса в межкультурной коммуникации// Вестник ВГУ. Серия Гуманитарные науки. 2001. № 2. – С.17-25.
184. Чернявская В.Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса. М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. – 208 с.
185. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.
186. Черчилль У.С. Мускулы мира. М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002. – 528 с.
187. Черчилль У.С. Мировой кризис / Пер. с англ. с пред. И. Минца. М.-Л.: Гос. воен. изд-во, 1932. – 327 с.
188. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. 4-е изд. М.: Флинта: Наука, 2012. – 256 с.
189. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: Монография / Урал. Гос. Пед. Ун-т. – Екатеринбург, 2003. – 248 с.
190. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.
191. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Дис... док. филол. наук. Волгоград, 2000. – 431 с.

192. Шейгал Е.И., Черватюк И.С. Динамика власти в коммуникации // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. Власть и речь. Саратов: Изд-во Сарат. унта, 2004. С. 129-142.
193. Шмелев А. Д. Сквозные мотивы русской языковой картины мира // Зализняк А.А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Константы и переменные русской языковой картины мира. М.: Языки славянских культур, 2012. С. 286-295.
194. Щерба Л.В. О трояком аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании // Языковая система и речевая деятельность. Л., 1974. С. 24-39.
195. Якобсон Р.О. Речевая коммуникация; Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы. М.: Прогресс, 1985. С.306-330.
196. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М.: Прогресс, 1975. С. 193-230.
197. Althen G. American Ways. A Guide for Foreigners in the United States. Boston, London: Intercultural Press, a Nicholas Brealey Publishing Company. 2003. – 295 p.
198. Austermlühl F. Great American Scaffold: Intertextuality and Identity in American Presidential Discourse. John Benjamins Publishing Company, 2014. – 348 p.
199. Austin J.L. How to Do Things with Words. Oxford: Oxford UP. 1962. – 167 p.
200. Backer W.E. America's Crisis of Values: Reality and Perception. Princeton and Oxford: Princeton University Press, 2005.- 307 p.
201. Beasley V.B. You, the People: American National Identity in Presidential Rhetoric. Texas: A & N University Press, 2011. – 215 p.
202. Bellah R.N. Civil Religion in America // Journal of the American Academy of Arts and Sciences. 1967. Vol. 96, N 1. P. 1–21 (URL: [http://www.robertbellah.com/articles\\_5.htm](http://www.robertbellah.com/articles_5.htm)).
203. Berlo, David Kenneth. The process of communication. New York: Holt, Rinehart, & Winston. 1960. – 318 p.
204. Bernstein B. Class, codes and control. Vol.1. Theoretical studies towards a sociology of language. New York: Routledge. 2003. – 212 p.
205. Bowe H. and Martin K. Communication Across Cultures: Mutual Understanding in a Global World. Cambridge UP. 2009. – 194 p.

206. Briggs S. *English Experiences*. L., Metro Publications, 2003. – 181 p.
207. Brown P., Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge UP. 1987. – 347 p.
208. Canale M. and Swain M. *Theoretical Bases of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing // Applied Linguistics*, 1980. Vol. I. P. 1-47.
209. Charteris-Black J. *Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor*. Palgrave Macmillan, 2014.- 273 p.
210. Charteris-Black J. *Politician and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor*. Second edition. Palgrave Macmillan, 2011. – 370 p.
211. Charteris-Black J. *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis*. Basingstoke, New York: Palgrave MacMillan, 2004. - 263 p.
212. Chilton P. *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. London: Routledge, 2004. – 224 p.
213. Chomsky N. *Aspects of the Theory of Syntax*. Ambridge, Mass.: MIT Press, 1965. – 263 p.
214. Chomsky N. *Language and Politics*. Montreal, New York: Black Rose Books, 1988. – 638 p.
215. Churchill W.S. *World Crisis: The Aftermath*. Norwalk: Easton Press, 1991. – 475 p.
216. Clyne M. *Inter-cultural Communication at Work: Cultural Values in Discourse*. Cambridge: Cambridge UP, 1994.— 255 p.
217. Collis H. *101 American English Proverbs: Understanding Language and Culture Through Commonly Used Sayings*. Chicago: Passport Books, 1994. – 105 p. (a).
218. Collis, Harry. *101 American English Idioms: Understanding and Speaking English Like an American*. Chicago: Passport Books, 1994. – 104 p. (b).
219. Crystal D. *The Cambridge Encyclopedia of Language*. Cambridge: Cambridge UP. 1997. – 477 p.
220. Crystal D. *The Cambridge Encyclopedia of the English Language*. Cambridge: Cambridge UP. 1995. – 489 p.
221. Crystal D. *Language Play*. University of Chicago Press. 2001.- 253 p.
222. DeFleur M.L., Dennis E.E. *Understanding Mass Communication*. Dallas: Houghton Mifflin, 1996. – 646 p..
223. Dijk T. A. van. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*.

- Cambridge University Press, 2010.- 284 p.
224. Dijk T. A. van. *Political Discourse and Political Cognition // Politics as Text and Talks: Analytical Approaches to Political Discourse*. Ed. by P. Chilton and Ch.Schäffner. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2002. P.203-237.
  225. Dijk T. A. van., Kintsch, W. *Strategies of Discourse Comprehension*. New York: Academic Press, 1983. – 418 p.
  226. Drury M.J.P. *Presidential Rhetoric and Political Communication, Volume 23: Speaking with the Peoples’s Voice: How Presidents Invoke Public Opinion*. Texas: Texas: A & N University Press, 2014. – 210 p.
  227. Ebsworth M.E., Bodman J.W., and Carpenter M. *Cross-cultural realization of greetings in American English // Gass S.M. and Neu J. (eds.). Speech Acts across Cultures: Challenges to Communication in a Second Language*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 1996, pp. 89-107.
  228. Fairclough N. *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge, 2003.- 288 p.
  229. Fairclough N. *Language and Power*. London: Longman, 1989.- 259 p.
  230. Fairhurst G.T., Sarr R.A. *The Art of Framing: Managing the Language of Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1996. – 213 p.
  231. Fetzer A. *The Multilayered and Multifaceted Nature of Political Discourse // The Pragmatics of Political Discourse: Explorations across cultures / Ed. By Anita Fetzer*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins B.V., 2013. – P. 1-18.
  232. Dorsey L.G. *We Are All Americans, Pure and Simple: Theodore Roosevelt and the Myth of Americanism*. Tuscaloosa, Alabama: University of Alabama Press, 2013. – 233 p.
  233. Fillmore Ch. *A Grammarian Looks to Sociolinguistics // Monograph Series on Languages and Linguistics*. Washington, 1973. N 25.
  234. Finch G. *How to Study Linguistics*. Palgrave Macmillan. 1998. – 241 p.
  235. Fox K. *Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour*. London: Hodder. 2004. – 424 p.
  236. Galsworthy J. *A Modern Comedy. Book 2. The Silver Spoon*. M.:

- Progress Publishers, 1976, – 279 p.
237. Gasparyan S. The Armenian Genocide: A Linguocognitive Perspective. Yerevan, YSU Press, 2014. – 208 p.
  238. Gass S.M. and Neu J.(Eds.). Speech Acts Across Cultures: Challenges to Communication in a Second Language. Berlin, New York: Mouton de Gruyter. 1996. – 350 p.
  239. Green D. The Language of Politics in America: Shaping the Political Consciousness from McKinley to Reagan. Ithaca: Cornell Univ. Press, 1987. – 277 p.
  240. Gudykunst W. B., Ting-Toomey S. with Chua E. Culture and Interpersonal Communication. New Bury Park, CA: SAGE Publications. 1988. – 280 p.
  241. Hahn D.F. Political Communication: Rhetoric, Government, and Citizens. State College, Penn.: Strata Publishing, 1988. – 289 p.
  242. Hall E. T. The Silent Language. New York: Anchor Books, 1990. – 209 p.
  243. Hall E. T. Beyond Culture. New York.: Anchor Books, 1989. – 298 p.
  244. Hargraves O. CultureShock! A Survival Guide to Customs and Etiquette. London. N.Y.: Marshall Cavendish, 2009. – 293 p.
  245. Henry O. Selected Stories. M.: Progress Publishers, 1977. – 376 p.
  246. Hess R.D., Shipman V.C. Early Experience and Socialization of Cognitive Mode in Children // Language in Education: A source Book. Open University. London: Routledge & Kegan Paul, 1972. P.169-177.
  247. Hirsch E.D., Jr. Cultural Literacy. What Every American Needs to Know. New York: Vintage Books. 1988. – 252 p.
  248. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills, CA: Sage. 1980. – 382 p.
  249. Hofstede Geert. Cultural Constraints in Management Theories // Academy of Management Executive. 1993.Vol. 7, No 1, pp.81-94.
  250. House J. Translation as Communication Across Languages and Cultures. Abingdon, Oxon, N.Y: Routledge, 2016. – 157 p.
  251. Humes J.C. The Wit and Wisdom of Ronald Reagan. Washington, DC: Regnery Publishing, 2007. – 222 p.
  252. Hymes D. On Communicative Competence // J.B. Pride and J. Holmes (eds.). Sociolinguistics. Harmondsworth: Penguin, 1972, pp. 269-293.
  253. Inglehart R., Welzel Ch. Modernization, Cultural Change, and

- Democracy: The Human Development Sequence. Cambridge University Press, 2005. – 344 p.
254. Joseph J.E. Language and Politics. Edinburgh University Press, 2006. – 181 p.
255. Kesey K. One Flew Over the Cuckoo's Nest. СПб.: КОРОНА принт, КАРО, 2004. – 428 с.
256. Khachatryan N., Manukyan S., Serobyan S., Grigoryan N., Hakobjanyan A. Culture, Values, Beliefs: Behaviour Guidelines in Changing Armenian Society. Yerevan, 2014. – 140 p.
257. Kim E. Y. The Yin and Yang of American Culture: A Paradox. Yarmouth, Maine: Intercultural Press, 2001. – 232 p.
258. Lakoff G. Thinking points: Communicating Our American Values and Vision. N.Y.: Farrar, Straus and Giroux, 2006. – 176 p.
259. Lakoff G. Metaphor and War, Again. 2003 // URL: [http://www.alternet.org/story/15414/metaphor\\_and\\_war\\_again](http://www.alternet.org/story/15414/metaphor_and_war_again)
260. Lakoff G. Metaphor and War: The Metaphor System Used To Justify War In The Gulf. 1991. // URL: <https://georgelakoff.files.wordpress.com/2011/04/metaphor-and-war-the-metaphor-system-used-to-justify-war-in-the-gulf-lakoff-1991.pdf>
261. Lanier A.R. Living in the USA. Revised by Davis J.C. Yarmouth, Maine: Intercultural Press, Inc., a Nicholas Brealey Publishing Company. 2005. – 244 p.
262. Lasswell H. Power and Society. New Haven: Yale Univ. Press, 1950. – 295 p.
263. Leech G. Semantics. The Study of Meaning. Second Edition. Harmondsworth: Penguin Book, 1985. – 383 p.
264. Leech G.N. Principles in Pragmatics. N.Y.: Longman, 1983. – 250 p.
265. Leech G., Larina T. Politeness: West and East // Вестник РУДН. Серия Лингвистика. 2014, № 4. С. 9- 34.
266. Lowe N. Mastering Modern British History. Basingstoke, London: Macmillan, 1998. – 610 p.
267. Marzano R.J. Building Background Knowledge for Academic Achievement: Research on What Works in Schools. Alexandria, VA USA: Association for Supervision and Curriculum Development, 2004. – 217 p.
268. Matsumoto D., Juang L. Culture and Psychology. Belmont: Thomson Wadsworth, 2007. – 544 p.

269. Mieder W. *Behold the Proverbs of a People: Proverbial Wisdom in Culture, Literature, and Politics*. University Press of Mississippi, 2014. – 489 p.
270. Mieder W. „Yes We Can”: Barack Obama’s Proverbial Rhetoric. New York: Peter Lang Publishing, 2009.- 362 p.
271. Miller J. *Origins of the American Revolution*. Stanford: Stanford University Press, 1959. – 530 p.
272. Nöth W. *Handbook of Semiotics*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1995. – 576 p.
273. Oakland J. *Contemporary Britain: A Survey with Texts*. London, N.Y.: Routledge, 2001.- 253 p.
274. Obama B. *The Audacity of Hope: Thoughts on Reclaiming the American Dream*. N.Y.: Crown Publishers, 2006. – 375 p.
275. Olive D. *An American Story: the Speeches of Barack Obama: a Premier*. Toronto: ECW Press. 2008. – 375 p.
276. Orwell G. *Politics and the English Language // Orwell G. Collected Essays*. London: Heineman, 1966. P. 11-127.
277. Orwell G. *Nineteen Eighty-Four*. Penguin Books, 2008. – 336 p.
278. Orwell G. *Animal Farm*. Penguin Books, 1973. – 129 p.
279. Paxman J. *The English: A Portrait of a People*. London: Penguin, 1999.- 308 p.
280. Paget J. *Discovering London Ceremonial and Traditions*. 2nd ed. Princes Risborough: Shire Publications, 2003. – 96 p.
281. Rosch E. *Human Categorization // Warren N., ed., Advances in Cross-Cultural Psychology*. Vol. 1. London: Academic Press, 1977, pp. 1-72.
282. Roud S. *The English Year*. L.: Penguin Books, 2006. – 467 p.
283. Salinger J.D. *The Catcher in the Rye*. M.: Progress Publishers, 1968. – 248 p.
284. Samovar L. A., Porter R. E., McDaniel E. R. *Communication Between Cultures*. 7th ed. Boston: Wadsworth, Cengage Learning, 2010. – 463 p.
285. Saroyan W. *Selectes Short Stories*. M.: Progress Publishers, 1975. – 464 c.
286. Saroyan W. *My Name is Aram*. NY: Harcourt, Brace & World, Inc., 1968. – 220 p.
287. Sherlock T. *Historical Narratives in the Soviet Union and Post-Soviet Russia: Destroying the Settled Past, Creating an Uncertain*



- Future. Palgrave Macmillan, 2007. – 280 p.
288. Shogan C.J. The Moral Rhetoric of American Presidents. Texas A&M University Press, 2007. – 223 p.
  289. Sornig K. Some Remarks on Linguistic Strategies of Persuasion // Language, Power and Ideology: Studies in Political Discourse. Ed. by Ruth Wodak. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1989. P. 95-113.
  290. Stewart E. C., Bennett M. J. American Cultural Patterns: A Cross-Cultural Perspective. Rev. ed. Yarmouth, ME: Intercultural Press, 1991. – 180 p.
  291. Story M., Childs P. (eds.). British Cultural Identities. London, New York: Routledge. 2002. – 303 p.
  292. Stanyer J. Modern Political Communication: Mediated Politics in Uncertain Times. Cambridge: Polity Press, 2007. – 222 p.
  293. Stubbs M. Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language. Oxford: Blackwell, 1983. – 272.
  294. Susman W.I. Culture as History: The Transformation of American Society in the Twentieth Century. N.Y.: Pantheon Books, 1984. – 321 p.
  295. Susman W.I. A Dialectic of Two Cultures // Nation 16 Feb. 1985, p. 172-174.
  296. Ting-Toomey, Stella. Communicating Across Cultures. New York, London: The Guilford Press. 1999. – 310 p.
  297. Ting-Toomey S. and Chung L.C. Understanding Intercultural Communication. Los Angeles: Roxbury, 2005. – 404 p.
  298. Triandis H.C. Culture and Social Behavior. N.Y: McGraw-Hill, 1994. – 330 p.
  299. Walker Ch. Visions of Ararat. L.: I.B.Tauris, 2005. – 157 p.
  300. Wilkinson P.R. The Concise Thesaurus of Traditional English Metaphors. L., N.Y.: Routledge, 2008. – 370 p.
  301. Wilson J. Politically Speaking: the Pragmatic Analysis of Political Language. Cambridge (Mass.): Basil Blackwell, 1990. – 203 p.
  302. Wodak R. The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual. London: Palgrave Macmillan, 2009. – 251 p. (a).
  303. Wodak R. Language and Politics // English Language: Description, Variation and Context. London: Palgrave Macmillan, 2009. P. 577-593. (b).
  304. Արևելքի ժողովուրդների առաձներ և ասացվացքներ. Եր.

1969.

305. Գալստյան Ա.Հ., Պարոնյան Շ.Հ. Անգլերենի պատմական զարգացումը: : Եր.: ԵՊՀ հրատ., 2013. – 200 էջ.
306. Երզնկյան Ե., Աբրահամյան Ա. Անուղղակի քաղաքավարական խնդրանքի առանձնահատկություններն անգլերենում և հայերենում // Օտար լեզուները բարձրագույն դպրոցում: Գիտական աշխատությունների ժողովածու: Եր.: ԵՊՀ հրատ., 2010 էջ 103 – 115.
307. Ջոյան Ս. ԱՄՆ նախագահները Հայոց ցեղասպանության մասին (Խուսանավող դիսկուրսի իմաստագործաբանական վերլուծություն). Եր., Լիմուշ, 2015 . – 172 էջ.
308. Հարությունյան Ս. Հայ հին վիպաշխարհը. Եր.: Արևիկ, 2004.
309. Հրությունյան Ս. Հին հայոց հավատալիքները, կրոնը, պաշտամունքն ու դիցարանը. Մուղնիե հրատ., 2001.
310. Ղանալանյան Ա. Ավանդապատուն. Եր.: ԳԱ հրատ., 1969.
311. Ղանալանյան Ա. Առածանի. Եր.: ԳԱ հրատ., 1960. – 398 էջ.
312. Գոլսուորդի Ջ. Ֆորսայթների պատմությունը. Ժամանակակից կատակերգություն. 5. Արծաթե գդալը. Թարգմ. Կ. Սուրենյան. Եր.: Սովետ. գրող, 1979.
313. Սելինջեր Ջ.Դ. Վիպակներ և պատմվածքներ. Թարգմ. Ա.Ղուկասյան. Եր.: Սովետական գրող, 1978.

### **Словари и тезаурусы**

314. Американа. Англо-русский лингвострановедческий словарь. / Под ред. Г.В. Черновой. Смоленск: Полиграмма, 1996. – 1185 с.
315. Англо-русский фразеологический словарь. А.В. Кунин. М.: Рус. яз., 1984.- 942 с.
316. Бидерманн Г. Энциклопедия символов. М.: Республика, 1996. – 335 с.
317. Большой энциклопедический словарь. М.: Большая

- Российская энциклопедия, 1991. – 1456 с.
318. Большой толковый словарь русского языка. / Сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 1988. -1536 с.
  319. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий. /Авт.-сост. Брилева И.С., Гудков Д.Б., Захаренко И.В., Зыкова И.В., Кабакова С.В., Ковшова М.Л., Красных В.В., Телия В.Н. /Под ред. В.Н. Телия. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006; 4-е изд. 2009. – 784 с.
  320. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. Тт. 1-4. М., 1955.
  321. Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Под общей редакцией Е.С. Кубряковой. М. Филологический факультет МГУ им М.В.Ломоносова, 1996. – 248 с.
  322. Кустова Г.И. Словарь русской идиоматики. URL: <http://dict.ruslang.ru/magn.php>.
  323. Лингвистический энциклопедический словарь. URL: <http://www.tapemark.narod.ru/les/414b.html>
  324. Ляшевская О.И., Шаров С.А. Частотный словарь современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка). М.: Азбуковник, 2009. URL: <http://dict.ruslang.ru/freq.php>.
  325. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г., Николаева Е.К. Большой словарь русских пословиц. М.: ЗАО «ОЛМА Медиа Групп» 2010. – 1024 с.
  326. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русских поговорок. М.: ЗАО «ОЛМА Медиа Групп» 2007. – 784 с.
  327. Национальный корпус русского языка (НКРЯ). URL: <http://ruscorpora.ru/>
  328. Ожегов С.И. Словарь русского языка. / Под ред. Н.Ю. Шведовой. М.: Рус. яз., 1981. – 816 с.
  329. Ощепкова В.В., Шустилова И.И. Краткий англо-русский лингво-страноведческий словарь: Великобритания, США, Канада, Австралия, Новая Зеландия. М.: Флинта: Наука, 1999 – 176 с.
  330. Руднев В.П. Энциклопедический словарь культуры XX века. Ключевые понятия и тексты. М.: Аграф, 2009.- 544 с.
  331. Русский ассоциативный словарь. В 2 т. / Ю.Н. Караулов, Г.А.

- Черкасова, Н.В. Уфимцева, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов. – М.: ООО «Издательство Астрель»; ООО «Издательство АСТ», 2002. – 784 с. URL: <http://www.thesaurus.ru>
332. Русская мифология. Энциклопедия / Мадлевская Е. Изд-во: Эксмо, Мидгард, 2006. – 784 с. URL: <http://www.e-reading.link/book.php?book=141743>.
333. Словарь антонимов русского языка. / Под ред. Л.А. Новикова. М.: Рус.яз., 1988. – 384 с.
334. Словарь иностранных слов. -13-е изд., стереотип. – М, Рус. яз., 1986. – 608 с.
335. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. Изд. 4-е. М.: КомКнига, 2007. – 576 с.
336. Словарь образных выражений русского языка./Авт.-сост. Т.С. Аристова, М.Л. Ковшова, Е.А. Рысева, В.Н. Телия, И.Н. Черкасова. /Под ред. В.Н. Телия. М.: Отечество, 1995. - 366 с.
337. Словарь синонимов русского языка: В 2т. / Под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Астрель АСТ, 2001. – 648 с.
338. URL:<http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc1p/46786>.
339. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. М.: Академический проект, 2004. – 992 с.
340. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. Под ред.М.Н. Кожинной. 2-е изд. М.: Флинта, Наука, 2006. – 696 с.
341. Толковый словарь русского языка. В 4 т. / Под ред. Д.Н. Ушакова. М.: ТЕРРА, 1996.
342. Томахин Г.Д. США. Лингвострановедческий словарь. М.: Рус. яз., 1999. – 576 с.
343. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. / Авт.-сост. В. Серов. 2-е изд. М.: Локид Пресс, 2005. – 880 с.
344. American Heritage Dictionary of the English Language. URL: <http://www.ahdictionary.com/>
345. Cambridge International Dictionary of English. Cambridge: Cambridge University Press, 1995. – 1792 p.
346. Corpus of Contemporary American English. URL: <http://corpus.byu.edu/coca/>.
347. Electronic journal of international proverb studies. URL: <http://www.deproverbio.com>
348. Hornby A.S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Ed. J. Crowther. Oxford University Press, 1995. – 1428 p.

349. Kiss G., Armstrong C., Milroy R., and Piper J. An Associative Thesaurus of English. – Edinburgh: University of Edinburgh, MRC Speech and Communication Unit, 1972. – URL: <http://www.eat.rl.ac.uk>.
350. Kurian G. NTC's Dictionary of the United States: A Practical Guide to American Language and Culture. Lincolnwood (Chicago): NTC Publishing Group, 1998. – 237 p.
351. Longman Dictionary of English Language and Culture. Harlow: Longman, 1993. – 1528 p.
352. Longman Synonym Dictionary. Longman Group Ltd., 1986. – 1356 p.
353. Oxford Dictionary of Proverbs / Ed. by Jennifer Speake. L.: Oxford University Press, 2004. -375 p.
354. Oxford Guide to British and American Culture. Ed. Jonathan Crowther. Oxford University Press, 2000 – 560 p.
355. The BBI Combinatory Dictionary of English. M.Benson, Evelyn Benson, Robert Ilson. M.: Pyc. яз., 1990. – 286 c.
356. The British National Corpus (BNC). URL: [www.natcorp.ox.ac.uk](http://www.natcorp.ox.ac.uk)
357. The Concise Oxford Dictionary. Oxford: Clarendon Press, 1998. – 1673 p.
358. The Edinburgh Associative Thesaurus (EAT). Interactive Associative Thesaurus URL: <http://www.eat.rl.ac.uk>
359. The Merriam-Webster Thesaurus. Merriam-Webster Inc., Publishers, 2006. – 772 p.
360. Merriam-Webster Online Dictionary. URL: <http://www.merriam-webster.com>
361. The University of South Florida word association, rhyme, and word fragment norms. URL: <http://web.usf.edu/FreeAssociation/>
362. Reber A S. The Penguin Dictionary of Psychology. London: Penguin Books, 1995. – 926 p.
363. Արդի Հայերենի Բացատրական Բառարան / Է.Բ.Աղայան. «Հայաստան» հրատարակչություն, 1976. URL: [www.nayiri.com](http://www.nayiri.com)
364. Ժամանակակից Հայոց Լեզվի Բացատրական Բառարան. Հրայրա Աճառյանի Անվան Լեզվի Ինստիտուտ: Հայկական ՍՍՀ Գիտությունների Ակադեմիայի Հրատարակչություն, Երեւան, 1969. URL: [www.nayiri.com](http://www.nayiri.com)
365. Հայոց Լեզվի Հոմանիշների Բառարան. Աշոտ Մուրադի

Սուրբիայան: Հայկական ՍՍՀ Գիտությունների Ակադեմիայի Հրատարակչություն, Երեւան, 1967. URL: [www.nayiri.com](http://www.nayiri.com)

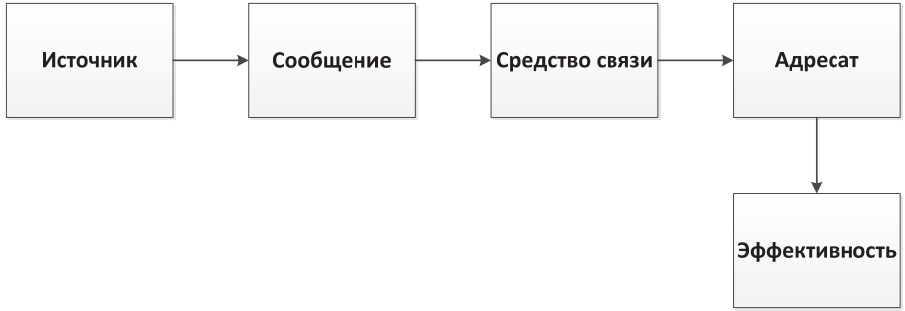
366. Հայոց լեզվի հոմանիշների բացատրական բառարան. Աշոտ Մուրադի Սուրբիայան: Երեւանի Պետական Համալսարան, Երեւան, 2009. URL: [www.nayiri.com](http://www.nayiri.com)
367. Սուրբիայան Ա.Մ., Գալստյան Ս.Ա. Հայոց լեզվի դարձվածաբանական բառարան, – 614 էջ:

### **Электронные источники**

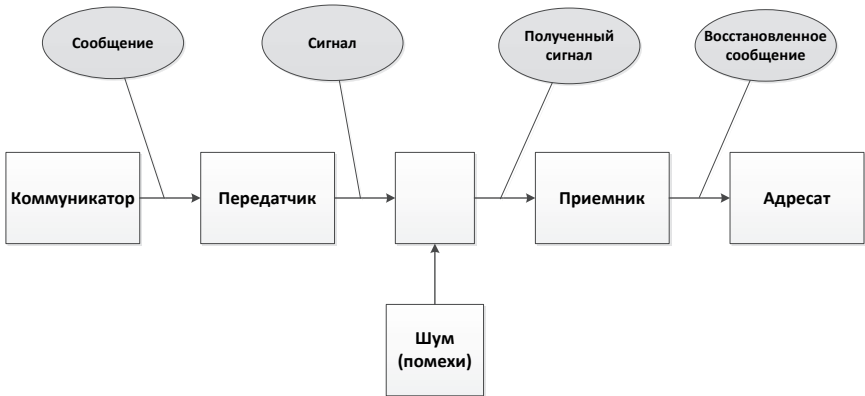
[americanrhetoric.com](http://americanrhetoric.com)  
[presidentialrhetoric.com](http://presidentialrhetoric.com)  
<http://obamaspeeches.com>  
<http://www.parliament.uk/business/publications/hansard/>  
<https://www.congress.gov/congressional-record>  
<http://www.whitehouse.gov/the-press-office>  
<http://www.margaretthatcher.org>  
<https://framenet.icsi.berkeley.edu/>  
[www.worldvaluessurvey.org](http://www.worldvaluessurvey.org)  
<http://www.wordfrequency.info/>  
<http://ucrel.lancs.ac.uk/bncfreq/>  
<http://www.washingtonpost.com>  
<http://www.nytimes.com>  
<http://www.theguardian.com>  
<http://www.ft.com>  
<http://www.dailymail.co.uk>  
<http://www.independent.co.uk>  
<http://www.express.co.uk>  
<http://www.bbc.com>  
<http://www.bbc.co.uk/russian/>  
<http://edition.cnn.com>  
<http://www.reuters.com>  
<http://www.azatutyun.am>  
<http://rus.azatutyun.am>  
<http://asbarez.com>  
<http://armenianhouse.org>

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

## 1. Модель Ласуэлла

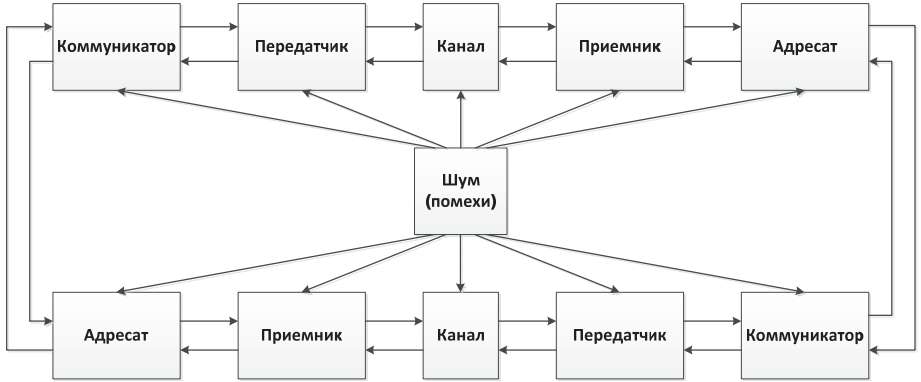


## 2. Модель Шеннона-Уивера





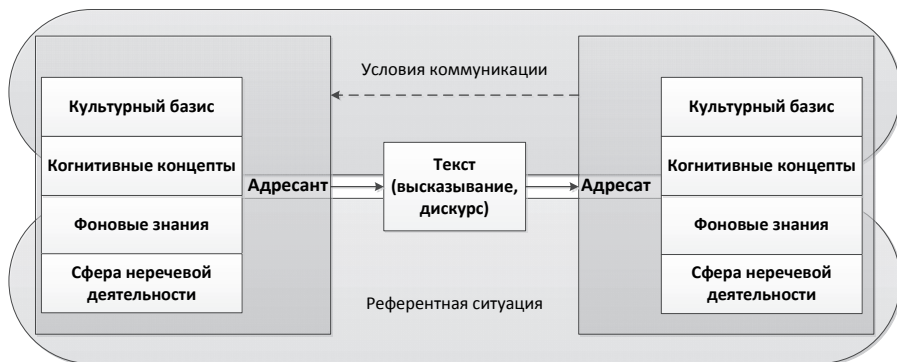
### 3. Модель де Флера



### 4. Модель Осгуда-Шрамма



## 5. Комплексная модель речевой коммуникации в межкультурном контексте



**6. Частотный анализ инаугурационной речи президента США Барака Обамы от 21 января 2009 г. (фрагмент)**

#	Слово	Количество	% в тексте
1	we	85	3.5%
2	our	69	2.8%
3	they	21	0.8%
4	nation	15	0.6%
5	can	14	0.5%
6	you	14	0.5%
7	America	10	0.4%
8	people	8	0.3%
9	generation	8	0.3%
10	man	7	0.2%
11	cannot	6	0.2%
12	American	5	0.2%
13	nor	5	0.2%
14	father	5	0.2%
15	spirit	5	0.2%
16	child	5	0.2%
17	seek	5	0.2%
18	great	5	0.2%
19	woman	5	0.2%
20	God	4	0.1%
21	government	4	0.1%
22	power	4	0.1%
23	word	4	0.1%
24	peace	4	0.1%
25	job	4	0.1%
26	endure	4	0.1%
27	face	4	0.1%
28	crisis	4	0.1%

29	moment	4	0.1%
30	end	4	0.1%
31	carry	4	0.1%
32	friend	3	0.1%
33	age	3	0.1%
34	care	3	0.1%
35	promise	3	0.1%
36	hope	3	0.1%
37	hard	3	0.1%
38	year	3	0.1%
39	pass	3	0.1%
40	history	3	0.1%
41	force	3	0.1%
42	ourself	3	0.1%
43	service	3	0.1%
44	journey	3	0.1%

**7. Частотный анализ инаугурационной речи президента США Барака Обамы от 21 января 2013 г. (фрагмент)**

#	Слово	Количество	% в тексте
1	we	89	4.2%
2	our	76	3.6%
3	must	16	0.7%
4	people	11	0.5%
5	american	10	0.4%
6	nation	8	0.3%
7	america	8	0.3%
8	require	8	0.3%
9	citizen	8	0.3%
10	freedom	7	0.3%

11	country	7	0.3%
12	generation	7	0.3%
13	cannot	6	0.2%
14	journey	6	0.2%
15	equal	6	0.2%
16	still	6	0.2%
17	liberty	5	0.2%
18	great	5	0.2%
19	god	5	0.2%
20	care	5	0.2%
21	believe	5	0.2%
22	creed	5	0.2%
23	year	5	0.2%
24	endure	4	0.1%
25	government	4	0.1%
26	principle	4	0.1%
27	oath	4	0.1%
28	future	4	0.1%
29	word	4	0.1%
30	act	4	0.1%
31	child	4	0.1%
32	life	4	0.1%
33	happiness	4	0.1%
34	war	3	0.1%
35	founding	3	0.1%
36	hard	3	0.1%
37	change	3	0.1%
38	free	3	0.1%
39	job	3	0.1%
40	build	3	0.1%
41	debate	3	0.1%

42	resolve	3	0.1%
43	rule	3	0.1%

**8. Частотный анализ речи премьер-министра Великобритании Дэвида Кэмерона в г. Абердине накануне референдума по вопросу о независимости Шотландии от 15 сентября 2014 года (фрагмент)**

#	Слово	Количество	% в тексте
1	the	138	5,84%
2	and	83	3,51%
3	is	68	2,88%
4	of	63	2,66%
5	a	59	2,50%
6	to	56	2,37%
7	that	50	2,12%
8	it	42	1,78%
9	not	38	1,61%
10	we	38	1,61%
11	in	35	1,48%
12	this	34	1,44%
13	you	30	1,27%
14	are	27	1,14%
15	no	27	1,14%
16	be	26	1,10%
17	for	26	1,10%
18	would	26	1,10%
19	on	24	1,02%
20	Scotland	24	1,02%
21	people	23	0,97%
22	country	22	0,93%
23	do	22	0,93%

24	UK	20	0,85%
25	I	19	0,80%
26	our	18	0,76%
27	vote(s)	18	0,76%
28	will	16	0,68%
29	change	15	0,63%
30	with	15	0,63%
31	have (has)	14	0,59%
32	family	13	0,55%

**9. Частотный анализ «Послания о положении страны» президента США Барака Обамы от 20 января 2015 г. (фрагмент)**

#	Слово	Количество	% в тексте
1	we	219	3.1%
2	our	113	1.6%
3	I	60	0.8%
4	year	40	0.5%
5	America	38	0.5%
6	American	38	0.5%
7	job	28	0.3%
8	people	23	0.3%
9	country	23	0.3%
10	family	23	0.3%
11	economy	20	0.2%
12	pay	19	0.2%
13	child	15	0.2%
14	still	15	0.2%
15	keep	14	0.1%
16	strong	14	0.1%
17	care	13	0.1%

18	Congress	13	0.1%
19	tonight	13	0.1%
20	worker	13	0.1%
21	nation	12	0.1%
22	college	12	0.1%
23	help	12	0.1%
24	hard	12	0.1%
25	believe	11	0.1%
26	past	11	0.1%
27	protect	10	0.1%
28	businesses	10	0.1%
29	force	10	0.1%
30	million	10	0.1%
31	effort	10	0.1%
32	great	9	0.1%
33	ourself	9	0.1%
34	republican	9	0.1%
35	century	9	0.1%
36	young	9	0.1%
37	making	9	0.1%
38	future	9	0.1%
39	fair	8	0.1%
40	issue	8	0.1%
41	politic	8	0.1%
42	leave	8	0.1%
43	idea	8	0.1%
44	lead	8	0.1%
45	Rebekah	8	0.1%
46	power	8	0.1%
47	free	8	0.1%
48	unite	8	0.1%



49	free	8	0.1%
50	community	7	0.1%
51	health	7	0.1%
52	earn	7	0.1%
53	terrorist	7	0.1%
54	send	7	0.1%
55	democrat	7	0.1%
56	value	7	0.1%
57	veteran	7	0.1%
58	middle-class	7	0.1%
59	agree	7	0.1%
60	share	7	0.1%
61	change	7	0.1%
62	student	7	0.1%

**10. Частотный анализ обращения президента США Барака Обамы к армянской общине в День памяти жертв Геноцида армян от 22 апреля 2016 года (фрагмент)**

Всего слов: 386

#	Слово	Количество	% в тексте
1	we	10	2.4%
2	Armenian	6	1.4%
3	people	5	1.2%
4	their	5	1.2%
5	view	3	0.7%
6	nation	3	0.7%
7	Armenia	3	0.7%
8	past	3	0.7%
9	prevention	2	0.4%
10	seek	2	0.4%
11	voice	2	0.4%

12	Morgenthau	2	0.4%
13	community	2	0.4%
14	future	2	0.4%
15	I	2	0.4%
16	welcome	2	0.4%
17	moment	2	0.4%
18	refugee	2	0.4%
19	recall	2	0.4%
20	human	2	0.4%
21	acknowledge	2	0.4%
22	Meds Yeghern	2	0.4%
23	Ottoman	2	0.4%
25	atrocities	2	0.4%
26	unite	2	0.4%

### 11. Частотный анализ обращения президента США Барака Обамы к армянской общине в День памяти жертв Геноцида армян от 23 апреля 2015 года (фрагмент)

Всего слов: 377

#	Слово	Количество	% в тексте
1	Armenian	7	1.8%
2	we	6	1.5%
3	people	4	1%
4	their	4	1%
5	view	3	0.7%
6	centennial	3	0.7%
7	American	3	0.7%
8	million	2	0.5%
9	unite	2	0.5%

10	human	2	0.5%
11	strong	2	0.5%
12	future	2	0.5%
13	my	2	0.5%
14	painful	2	0.5%
15	past	2	0.5%
16	reckoning	2	0.5%
17	solemn	2	0.5%
18	nation	2	0.5%
19	relief	2	0.5%
20	Ottoman	2	0.5%
21	Meds Yeghern	2	0.5%
22	suffering	2	0.5%

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. ДИСКУРС КАК СИСТЕМА РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....</b>	<b>14</b>
1. Теоретические основы исследования дискурса как системы речевой коммуникации.....	14
2. Речевая коммуникация как культурно обусловленный процесс.....	47
3. Семиотическая система речевой коммуникации .....	74
Выводы по главе 1.....	119
<b>ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ВИДА РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....</b>	<b>139</b>
1. Функционально-жанровые особенности англоязычного политического дискурса.....	139
2. Лексико-стилистические особенности политической коммуникации .....	168
3. Социально- культурологический контекст англоязычного политического дискурса .....	200
Выводы по главе 2.....	215
<b>ГЛАВА 3. КОНЦЕПТУАЛЬНО-ЦЕННОСТНЫЙ АСПЕКТ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ КОНТЕКСТЕ.....</b>	<b>220</b>
1. Концептуальная картина мира и речевая коммуникация .....	220
2. Аксиологический аспект речевой коммуникации.....	257
3. Концептуально-ценностный аспект англоязычного политического дискурса.....	306
Выводы по главе 3.....	352
<b>ГЛАВА 4. КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ, СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПОСТРОЕНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....</b>	<b>363</b>
1. Нормы, принципы и правила англоязычной речевой коммуникации.....	363

2. Коммуникативные стратегии и тактики англоязычной речевой коммуникации.....	406
3.Тактико-стратегические особенности построения англоязычного политического дискурса.....	437
Выводы по главе 4.....	472
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>486</b>
<b>ЛИТЕРАТУРА.....</b>	<b>493</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ.....</b>	<b>518</b>



**ЕРЕВАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**Самвел Абрамович Абрамян**

**АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС  
В МЕЖКУЛЬТУРНОМ КОНТЕКСТЕ**

Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.

Печ. лист. 33. Тираж 100.

Издательство ЕГУ  
Ереван, Ал.Манукяна 1  
[www.publishnig.yసు.am](http://www.publishnig.yసు.am)



ИЗДАТЕЛЬСТВО  
ЕРЕВАН 2016  
[publishing.ysu.am](http://publishing.ysu.am)