

ZOONYMS IN THE METAPHORICAL MODELING OF THE POLICE'S IMAGE IN THE USA PUBLIC OPINION DISCOURSE

The paper deals with the problem of law enforcement officers' perception by the USA citizens. We use cognitive-discursive analysis of metaphors to study public opinion. Studied public opinion discourse is taken from Internet articles, blogs, forums and comments on video fragments. We use the wide sample method to discover the most frequent and productive metaphors within the metaphorical model "Police is a world of wild-life" and present their characteristics with a number of examples.

Key words: Internet communication; public opinion discourse; cognitive-discursive analysis of metaphorical models; zoomorphic metaphor; metaphorical model; USA police force.

УДК 81'25

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

А.А. Демьянова

*Научный руководитель: Ж.А. Храмушина,
кандидат педагогических наук, доцент (УрФУ)*

Статья посвящена исследованию прецедентных феноменов в политическом дискурсе. Рассматриваются характеристики, виды и функции прецедентных феноменов, а также языковые функции политической коммуникации. Анализ позволяет выявить взаимосвязь между прецедентными феноменами в политической коммуникации, а также их воздействие на восприятие текста адресатом, на его эмоции и чувства.

Ключевые слова: прецедентные феномены; интертекстуальность; политическая коммуникация; прецедентный текст; прецедентная ситуация; прецедентное высказывание; прецедентное имя.

Существует множество примеров и категоризаций прецедентных феноменов, используемых в межкультурной коммуникации и связанных по большей мере с культурой, искусством, литературными памятниками того или иного языка и т.д. (например, классификация Д.Б. Гудкова, И.В. Захаренко, В.В. Красных и Д.В. Багаевой). Однако, как правило, мало внимания уделяется единицам, употребляемым в политическом дискурсе, которые также обладают прецедентностью и требуют изучения и детального рассмотрения.

Глобализация набирает обороты, следовательно, увеличивается количество конференций, саммитов и прочих значимых на международном уровне мероприятий, на которых все чаще используются прецедентные феномены, чтобы подчеркнуть колорит и особенности стран и культур.

На сегодняшний день представители современной когнитивной лингвистики и лингвокультурологии обращают все большее внимание на исследование такого феномена, как интертекстуальность. Под

интертекстуальностью понимаются диалогические отношения внутри и между текстами через призму сознаний, обращенных к национально-культурным ссылкам [Кристева 1993: 429]. Возникновение этих отношений происходит путем ввода в текст лексических единиц, обладающих прецедентностью, так называемых прецедентных феноменов. Ю.Н. Караулов определяет прецедентный феномен как «текст, значимый для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющий сверхличностный характер, обращение к которому возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [Караулов 2007: 216].

Таким образом, лексическая единица обладает или не обладает прецедентностью только в зависимости от своего окружения, от тех связей, в которых она находится, и от накопленных реципиентом знаний.

Обратимся к признакам, которым должны соответствовать лексические единицы, чтобы их можно было отнести к разряду прецедентных. Согласно С.Н. Должиковой, прецедентные феномены должны соответствовать следующим критериям:

1. Известность представителям национально-лингвокультурного сообщества, т.е. все представители имеют четкое детерминирующее восприятие прецедентного феномена.
2. Актуальность в когнитивном (познавательном и эмоциональном плане), т.е. за прецедентной единицей стоит определенное постоянное представление у каждого из членов национально-лингвокультурного сообщества.
3. Постоянно возобновляемое обращение (апелляция) в речи или в письменном выражении того или иного национально-лингвокультурного сообщества, т.е. неоднократное повторение и использование прецедентных феноменов [см.: Должикова 2011].

По словам Е.В. Пучковой, прецедентные феномены имеют ряд функций, которые позволяют им сделать изложение логичнее и эффективнее влиять на адресата. Исследователь выделяет следующие функции:

1. Функция воздействия на адресата. Прецедентные феномены задают определенную систему ценностей и антиценностей, которая в той или иной мере регулирует поведение представителей национального лингвокультурного сообщества, т.е. на адресата действует набор ассоциаций и стереотипов, связанных с определенной единицей, обладающей прецедентностью.
2. Функция оценки. Прецедентное имя или текст позволяет не только отнести объект к определенному классу, но и дать ему субъективную авторскую оценку.

3. Функция пароля. Читатель и автор образуют группу единомышленников, понимающих друг друга и отделяющих себя от «непосвященных». Таким образом, задействован background реципиента, позволяющий вникнуть в суть того или иного высказывания.
4. Функция языковой игры. С помощью прецедентных феноменов автор привлекает внимание читателя, в определенный момент возвращая его к тексту, тем самым снимая формальность и напряженность восприятия [см.: Пучкова 2013: 2111].

Рассмотрев признаки и функции прецедентных феноменов, мы приходим к выводу о том, что прецедентные феномены – это понятные, актуальные, неоднократно повторяющиеся в речи, устойчивые лексические сочетания, обладающие рядом функций, благодаря которым автор может выразить свою оценку, воздействовать на читателя и заинтересовать его.

Ряд отечественных исследователей (Д.Б. Гудков, И.В. Захаренко, В.В. Красных, Д.В. Багаева и др.) выделяют четыре основные вида прецедентных феноменов.

Во-первых, **прецедентная ситуация** – «некая “идеальная” ситуация, когда-либо бывшая в реальной действительности или принадлежащая виртуальной действительности, в результате которой возникает инвариант восприятия прецедентной ситуации» [Аликина, Кушнина 2009: 22].

Иными словами, прецедентная ситуация понятна и воспринимается представителями определенного сообщества, которые имеют свои ассоциации, связанные с тем или иным событием. Например, в русской культуре символом подвига и воли русского народа является *Великая Отечественная война*, в то время как в Германии *день 8 мая* напоминает об освобождении от нацизма, но отнюдь не о празднике.

Во-вторых, **прецедентный текст** – «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, алгоритм восприятия которого предопределен» [Аликина, Кушнина 2009: 21].

К числу прецедентных текстов можно отнести литературные произведения, тексты песен, анекдоты, текст рекламы, политические и публицистические выступления: *Слово о полку Игореве*, *We are the Champions*, *Nokia. Connecting people*, *Выступление Н.С. Хрущева на XX съезде КПСС*.

В-третьих, **прецедентное имя** – «индивидуальное имя, связанное или с широко известным прецедентным текстом или с ситуацией, при употреблении которого в коммуникации осуществляется апелляция не к собственно денотату (референту), а к набору дифференциальных признаков, присущих этому имени» [Красных 2002: 48]; часто прецедентные имена используются уже как нарицательные: *Сталина на*

was nem!, *Bush and Dick are in the White house* [Должикова 2011].

Если мы возьмем, например, детерминирующий признак 'высокий рост', то человек, обладающий этой чертой, в России будет ассоциироваться с героем С. Михалкова *Дядей Степой*, а в англоговорящих странах он скорее будет сравниваться с *Гулливером* Дж. Свифта.

В-четвертых, **прецедентное высказывание** – «репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности; законченная самодостаточная единица, сумма значений которой не равна ее смыслу» [Красных 2002: 48–49]. Данное высказывание не требует упоминания автора и специальных разъяснений, т.е. оно само по себе несет детерминирующий смысл для говорящего и слушателя. Примерами могут служить различные цитаты, ставшие уже афоризмами, пословицы, поговорки и т.д., понятные для определенного круга лиц, для представителей конкретного сообщества: *Оставь меня, старушка! Я в печали* (к/ф «Иван Васильевич меняет профессию»); *Always forgive your enemies; nothing annoys them so much* («Всегда прощайте ваших врагов, ничто не раздражает их больше» – Оскар Уайльд); *Every cloud has a silver lining* (английская пословица, ее русский аналог – «Нет худа без добра»).

В каждой культуре можно найти множество примеров прецедентных феноменов, которые взаимодополняют друг друга, а также свидетельствуют о многогранности и яркости истории и языка, позволяя нам открывать их каждый раз с новой стороны, все глубже проникая в истоки и корни обычаев, традиций и событий. Такое взаимодействие социальных, культурных и лингвистических аспектов, выражающихся через прецедентные феномены, делает их интересными для политических деятелей, поскольку главным их оружием в борьбе за власть и внимание избирателей является язык. Именно в политической сфере наблюдается наиболее эффективное и частое применение прецедентных феноменов, т.к. политики воспринимают их как идеальные инструменты воздействия на слушателей.

Поскольку политическая коммуникация имеет социально-направленный характер, основными задачами политической лингвистики являются «выявление механизмов порождения и функционирования политических текстов, анализ политических метафор и иных средств выразительности как способа осмысления мира политики, характеристика речевого поведения политика, изучение вербальных и риторических стратегий в политической деятельности» [Шейгал 2000: 4].

Что касается функций политической коммуникации, то предложенное Р. Якобсоном разграничение функций языка применимо и к данной сфере, где характер этих функций определяется особенностями данного вида коммуникации. Главной целью политической коммуникации является

борьба за политическую власть, и инструментом борьбы выступает коммуникативная деятельность: она способна оказать прямое или косвенное влияние на распределение власти и ее использование.

В политической коммуникации реализуются следующие языковые функции [см.: Чудинов 2009: 65–70]:

- когнитивная функция – посредством языка человек создает образ мира, категорируя и разделяя политическую реальность в соответствии с собственными представлениями или подсознательной оценкой действительности;
- коммуникативная функция – направлена на передачу информации, с помощью которой возможно воздействие на преобразование существующей в сознании адресата картины политического мира;
- побудительная функция (также апеллятивная, вокативная, конативная, регулятивная, инструментальная) – это функция воздействия на адресата, при которой главной задачей политической коммуникации становится эмоциональное воздействие на граждан, формирующее в их сознании соответствующую политическую картину мира;
- эмотивная функция – ориентирована на выражение эмоций автора и возбуждение эмоций у адресата путем создания нужного эмоционального фона, что является важным предварительным этапом для последующего манипулирования адресатом;
- метаязыковая функция – объясняет смысл слова или высказывания, поскольку из-за сложного переплетения признаков общеупотребительной речи, особого жаргона, официально-деловой и научной речи в политическом дискурсе возникает непонимание тех или иных слов или выражений со стороны рядовых избирателей;
- фатическая функция – имеет цель установить и поддержать контакт между участниками коммуникации, для которого используются такие приемы, как употребление идеологем, сигнализирующих о направлении политических взглядах автора; использование обращений к собеседнику или аудитории, предназначенных для поддержания контакта, характеристики речевой ситуации и установления социальных и этикетных ролей коммуникантов;
- эстетическая функция – ответственна за подходящее оформление мысли в сообщении, что неразрывно связано с привлечением первостепенного внимания к самому сообщению.

Яркостью, частотой употребления и точностью использования прецедентных феноменов в политической коммуникации отличаются речи

В.В. Путина, Президента Российской Федерации. С помощью цитат из его выступлений можно проследить и проанализировать использование того или иного прецедентного феномена и его функцию в данном контексте.

Посчитав себя победителями в холодной войне, некоторые страны предпочли начать перелицовывать мировой политический и экономический порядок под себя, под свои интересы [Путин 2018].

В данном примере Владимир Путин пользуется прецедентным именем *холодная война*, не называя напрямую ее участников, но благодаря отсылке к тому периоду, к этому всем известному прецедентному имени, всем присутствующим становится понятно, о чем и о ком идет речь, а также понятно отношение говорящего к вопросу (когнитивная функция). Посредством данного лингвистического приема Владимир Путин выражает свое отношение к обсуждаемому аспекту тонко, никого напрямую не обвиняя. Он апеллирует к знаниям аудитории с помощью данного имени, используя сигнал (фатическая функция), тем самым вовлекая их в языковую игру.

Есть одна шутка с бородой. Вопрос: «Как вы расслабляетесь? Ответ: Я не напрягаюсь» [Путин 2018].

Здесь Владимир Путин обращается к прецедентному тексту – анекдоту, который помогает оратору создать надлежащую для дальнейшей беседы атмосферу, расслабить собеседника, рассмешить аудиторию (эмотивная функция).

Россия – это медведь. Медведь ни у кого разрешения спрашивать не будет. Он – хозяин тайги и не собирается переезжать ни в какие климатические зоны, но тайги своей он никому не отдаст и это всем должно быть понятно. Вот и все [Путин 2018].

Используя прецедентный феномен – известный всем стереотип, – Владимир Путин взывает к патриотическим чувствам, а также четко ставит свою позицию и способствует преобразованию существующей в сознании адресата картины политического мира (коммуникативная и побудительная функция).

Рассмотрев данные примеры использования прецедентных феноменов в политической коммуникации, можно прийти к выводу, что политическая коммуникация не только передает информацию, но и оказывает эмоциональное воздействие на адресата, посредством прецедентных феноменов преобразуя существующую в сознании человека политическую картину мира. Прецедентные феномены играют немаловажную роль в выполнении функций политической коммуникации, которые, в первую очередь, отвечают за эмоциональную (эмотивная функция) и эстетическую окраску сообщения (эстетическая функция), а также устанавливают и поддерживают контакт между участниками коммуникации (коммуникативная и фатическая функции), создавая некие

образы (когнитивная функция), расшифровывая их (метаязыковая функция) и побуждая к действию (побудительная функция).

Список литературы

Аликина Е.В., Кушникова Л.В. Основы межкультурной коммуникации : учеб. пособие. – Пермь : Изд-во Пермского гос. тех. ун-та, 2009. – 120 с.

Должикова С.Н. Прецедентные феномены в английском языке // Сфера услуг: инновации и качество. – 2011. – № 2 [электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25688509> (дата обращения: 05.02.2019).

Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – Изд. 6-е. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 264 с.

Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология : курс лекций. – М. : Гнозис, 2002. – 284 с.

Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Диалог. Карнавал. Хронотоп. – 1993. – № 4. – С. 427–457.

Путин 2018 – Выступление Владимира Путина на Валдайском форуме (2018) [электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=-WjQ6CAgkFA&t=1847s> (дата обращения: 15.01.2019).

Пучкова Е.В. Функционирование прецедентных феноменов в газетных заголовках // Ученые заметки ТОГУ. – Т. 4. – 2013. – № 4. – С. 2106–2112.

Чудинов А.П. Современная политическая коммуникация : учебное пособие. – Екатеринбург : УрГПУ, 2009. – 292 с.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук. – Волгоград : [б.и.], 2000. – 431 с.

PRECEDENT PHENOMENA IN POLITICAL DISCOURSE

The paper analyzes precedent phenomena in political discourse. We consider characteristics, types and functions of precedent phenomena as well as language functions of political communication. The analysis reveals interrelations between precedent phenomena in political communication as well as their impact on the addressee's perception, his or her emotions and feelings.

Key words: precedent phenomena; intertextuality; political communication; precedent text; precedent situation; precedent statement; precedent name.

УДК 811.111'23

СЛЕНГ КАК ЧАСТЬ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ВОЕННОЙ СУБКУЛЬТУРЫ

М.И. Хлопков

*Научный руководитель: Е.М. Масленникова,
кандидат филологических наук, доцент (ВА ВКО, ТвГУ)*

Важным признаком субкультуры военнослужащих англоязычных стран является не только особая военная терминология, используемая в военных специальных текстах и текстах на военную тематику, но и военный сленг. Военный сленг обусловлен как профессиональной деятельностью военнослужащих тех или иных родов войск, так и принадлежностью военнослужащих к британской или