

КАК ЖИВЕТСЯ «ХРОМОЙ УТКЕ» ИЗ ELECTIONSPEAK В РОССИИ

Настоящая статья затрагивает частные вопросы политической лингвистики, а именно политической метафорики, проблемы политического термина, а также особенности проникновения и ассимиляции элементов из американского политического дискурса в российский на примере орнитологической метафоры «хромая утка».

Ключевые слова: *политическая лингвистика, политический дискурс, политический термин, зоометафора, хромая утка.*

The article touches upon some issues of political linguistics in particular those concerning political metaphor, political terminology, especially the process of borrowing and assimilation of some national American political metaphors in Russian on the example of lame duck metaphor.

Key words: *political linguistics, political discourse, Electionspeak, political terminology, zoometaphor, lame duck.*

В настоящее время в рамках дискурсивного и когнитивно-дискурсивного подхода к языку мы можем говорить о политической лингвистике как одной из областей языкознания со своей методологией, объектом и предметом исследования. Точкой отсчета для становления политической лингвистики стала Первая мировая война. После войны внимание исследователей языка политики было направлено на изучение способов формирования общественного мнения, эффективности политической агитации и военной пропаганды [Будаев, Чудинов 2008: 11]. Современная политическая лингвистика активно занимается общими проблемами политической коммуникации (анализирует ее отличие от коммуникации в других сферах), изучает проблемы жанров политической речи и особенности функционирования политических текстов. ... изучает композицию, лексику и фразеологию политических текстов, использование в них самых разных образных средств [Чудинов 2008: 7].

Предмет исследования политической лингвистики – политическая коммуникация, т.е. речевая деятельность, ориентированная на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям, для выработки общественного согласия, принятия и обосно-

вания социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе. Главная функция политической коммуникации – 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 [Чудинов 2008: 6].

Политический дискурс, по определению Ю.С. Степанова, представляет собой первоначально особое использование языка для выражения особой ментальности, ... особой идеологии [Степанов 1995]. Отличительными признаками политического дискурса являются институциональность, конвенциональность, идеологичность и интертекстуальность [Филинский: 24]. Дискурс как лингвосоциальное явление по мнению В.М. Лейчика, не равен тексту, – он является процессом, тогда как текст – это результат процесса [Лейчик 2009: 654].

Язык предвыборной кампании, предвыборной агитации действительно представляет собой некий обособленный пласт политического языка, относящегося к определенному типу дискурса. Читая статьи, посвященные предвыборной кампании и самим выборам в США, попадаете такой термин, как Electionspeak, существует даже сайт electionspeak.com, где размещаются статьи о выборах и кампаниях, комментарии, речи кандидатов. Из содержания самого термина понятно, что он обозначает (англ. election – выборы + speak – говорить, т.е. то, что говорят на выборах). В целях конкретизации понятия мы попытались обратиться к авторитетным источникам в поисках конкретной словарной дефиниции. Результатом явилось то, что ни в словаре Webster's Dictionary, ни в the American Heritage Dictionary, ни в других источниках определения не оказалось. Единственное, что нам удалось найти, это следующая ссылка: Electionspeak is a language which is widely used by politicians from all around the world and it is older than 100 years [Saward]. Electionspeak – это язык, который широко употребляется политиками во всем мире, его история насчитывает более 100 лет. Определение носит весьма обобщающий характер и не отражает специфики термина, поэтому необходима его конкретизация. Electionspeak – это совокупность языковых средств, используемых кандидатами и журна-

листами во время предвыборной кампании и освещения выборов 1) с целью привлечения внимания избирателей, 2) умаления достоинств и достижений оппонента, 3) описания предвыборной кампании. Политические термины рождаются по преимуществу в процессе дискурса, и получают свое содержание в одновременно протекающем процессе когниции. И лишь позднее они закрепляются (или не закрепляются) при письменной фиксации в текстах, а также в словарях политических терминов, ..., если в этом есть практическая необходимость [Лейчик 2009: 656]. Каждый политический термин может иметь не одну дефиницию, что зависит от разнообразия политических концепций. Каждое политическое явление многогранно и может быть обозначено рядом разных слов и словосочетаний [Лейчик 2009: 651-657].

В США история и культура проведения выборов насчитывает уже не одно столетие. PR менеджеры и другие ответственные члены команды подсказывают кандидатам, что и как говорить во время выступлений, публичных дебатов, интервью. Выборы всегда оказывали сильное влияние на американский английский. Ведь именно язык высвечивает особенности процесса выборов, отношение кандидатов и избирателей к тому или иному явлению, следовательно, Electionspeak – важный пласт американской политической традиции. В России же предвыборные кампании стали приобретать черты открытости и использовать «западный» опыт в послеперестроечный период, с упразднением железного занавеса, с началом гласности и началом публичных дебатов кандидатов. Заимствуются технологии проведения предвыборных кампаний и самих выборов, а в русский язык проникают понятия и политические термины «западного» Electionspeak.

В языке политиков часто прослеживается употребление метафор. По мнению Т. Белта (2007) метафора часто используется политическими деятелями и репортерами с целью упростить сложные политические явления. Метафоры достигают этого, смешивая разнообразный жизненный опыт людей с общеизвестными истинами (цит. По: [Будаев, Чудинов 2009: 85]).

Как в политической речи в целом, так и в Electionspeak широко используются образы, восходящие к царству животных. Зооморфная метафора как феномен человеческого мышления имеет давние истоки. Свидетельства обращения к миру животных для осмысления действительности обнаруживаются еще в первобытном тотемизме и мифологии, а после изобретения письма моделирование человеческого мира по

образу мира животных регулярно встречается в работах мыслителей от Геродота до Ф. Ницше и О. Шпенглера [Будаев 2007: 85]. Зооморфные образы одна из наиболее традиционных понятийных сфер отечественной политической лингвистики [Чудинов 2001: 133].

Целью настоящей статьи является проследить заимствуются ли зоометафоры (зооморфизмы, зоонимы), актуализирующие связь мира человека и мира животных из «западного», преимущественно американского Electionspeak в русский, и как происходит их ассимиляция в русском языке на примере орнитологической метафоры lame duck, имеющую историю употребления и функционирующие в современном Electionspeak. А.П. Чудинов отмечает, что образ утки относится к одним из наиболее распространенным зооморфизмам в политическом дискурсе [Чудинов 2001: 135]. Самой частотной из этих зоометафор является lame duck (досл. хромяя утка). В современном, как американском, так и русском политическом дискурсе этот фразеологизм многозначен. В Electionspeak lame duck is an elected official who loses political power or is no longer active. This is often the result of term limitations which prevent the official from running for office again [www.yourdictionary.com] e.g. *Bush is now a lame duck*. Буш не обладает достаточной властью, т.к. его президентский срок подходит к концу.

В русский язык это выражение было заимствовано со всеми его смыслами и переведено приемом калькирования и уже закрепилось в словаре. Причиной и источником «проникновения» этой и подобных метафор, прежде всего, является необходимость перевода американских СМИ, для которых этот фразеологизм «родной» и этимологически датируется XVIII в. Ю.Д. Апресян в своем «Новом большом англо-русском словаре» дает следующие определения: 1) деятель, завершающий свое пребывание на данном посту (в период до передачи его преемнику); 2) член конгресса, не избранный на новый срок, но заседающий в конгрессе до конца сессии; 3) президент, завершающий второй, последний срок (с. 317). Например: *К нынешнему визиту в Россию Клинтон вновь охромел: и хотя на сей раз речь идет о хромоте лишь в переносном смысле - в США, когда срок президента подходит к концу, его зовут "хромой уткой", - теперь этот дефект действительно играет большую роль во взаимоотношениях Клинтона с Путиным.* или перевод статьи из Financial Times: 'Хромые утки' ковыляют на обеденный стол истории. *Неко-*

торые ведущие страны возглавляются сегодня нашими пернатými братьями. У нас есть дохлые утки, хромые утки и чокнутые утки, каждая из которых продолжает кричать, но прислушиваются к ним все меньше. Первыми отправятся на съедение Жак Ширак и Тони Блэр. Джордж Буш пока еще ковыляет (не исключено, что в самое пекло новой войны на Ближнем Востоке), Табо Мбеки (Thabo Mbeki) живет в мире собственных фантазий, а Владимир Путин просто отказывается мирно нарезать круги по пруду.

Но постепенно выражение выходит за рамки переводных статей и используется уже самостоятельно, характеризуя российских, украинских и пр. политиков: *Парламент будет не очень легитимный, в том смысле, что он уходит, становится хромой уткой, не президент, который реально уже хромо́я утка, а парламент, поскольку он уходит, и правительство, поскольку оно тоже уходит* (об украинском парламенте и президенте). Зачастую можно по ходу статьи встретить объяснение данному политическому термину, или же он взят в кавычки, намекая тем самым на не исконно русское, а заимствованное происхождение: *В политике есть термин "хромо́я утка". Так называют политика, которому не суждено переизбраться, либо фигуру, которая покидает свой пост, от которой мало что зависит. Сделав свое заявление, губернатор [Валентина Матвиенко] превратилась в эту самую хромо́ю утку. Или притворилась ею? или Если Путин – "хромо́я утка", если он не собирается оставаться у власти после 2008-го, то все это не имеет для него ровно никакого смысла.*

Подчеркивая метафорическую яркость данного фразеологизма журналисты охотно употребляют эту метафору в сильных позициях статьи, например заголовках: *Губернатор Петербурга играет в хромо́ю утку (подзаголовок – В стране наступает переломный, ответственный момент перед будущим парламентом)* или *Хромо́я утка хочет стать фениксом. Триумф путинской внешней политики.* О степени ассимиляции данного орнитонима свидетельствует его распространение из Electionspeak в другие виды дискурса, например, экономический, где хромо́я утка – компания в тяжелом финансовом положении, исправить которое может, в частности, санация государства [<http://dic.academic.ru>], компания, которая предоставляет работу многим занятым в национальной экономике, однако не способная выживать без помощи государства [<http://ru.wikipedia.org>]. Напри-

мер: *Плавучие АЭС: "хромая утка" Росатома* (о дорогостоящем и небезопасном проекте). В широком смысле, *хромая утка* обозначает человека, который «добывает» свой срок в какой-либо должности в силу разных причин, от него ничего не зависит, его решения не обладают силой и мало кого интересуют. Приведем пример из спортивного мира: *Заявление о том, что его [Дика Адвоката] в конце сезона пригласили тренировать Бельгийскую сборную по футболу, сделало его, как говорят, хромой уткой*. Очевидно, что «хромая утка» прижилась в российском медиальном дискурсе.

Литература

1. Белт Т. Газетные метафоры и политическое убеждение: экспериментальное исследование // Будаев Э.В., Чудинов А.П. Зарубежная политическая метафорология: Монография. Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2009 – С. 85-101.
2. Будаев Э.В. Постсоветская действительность в метафорах российской и британской прессы. – Нижний Тагил: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, 2007. – 149 с.
3. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Зарубежная политическая лингвистика : учеб. пособие. – М.: Флинта; Наука, 2008 – 352 с.
4. Лейчик В.М. Онтологические, когнитивные и прагматические аспекты политического термина // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство: Сб. в честь Е.С. Кубряковой. – М.: Языки славянских культур, 2009. – С. 651-657.
5. Степанов Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности / Язык и наука конца XX века. – М.: Наука, 1995 – С. 36-48.
6. Филинский А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг. – Дис. канд. ... филол. наук. – Тверь, 2002. – 140 с.
7. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. – М.: Флинта : Наука, 2008. – 256 с.
8. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991 – 2000): Монография / Урал. гос. пед. ун-т.- Екатеринбург, 2001. – 238 с.
9. Saward J. Etymology and other long words. – 1997. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www/grandprix.com/features.html>