

УДК 811.161.1'37

НОМИНАТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ АДРЕСАТА В ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Кожемякин, Евгений Александрович

доктор философских наук, доцент,
заведующий кафедрой коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью,
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Белгород, Россия / kozhenyakin@bsu.edu.ru

Аннотация

В статье обсуждаются вопросы моделирования и категоризации реципиентов публичной политической коммуникации с помощью адресных номинаций, реализуемых в текстах как в форме вокативов, так и репрезентативов. На материале новогодних телеобращений президентов к гражданам страны рассматриваются такие ключевые политические категории, как *люди*, *граждане* и *народ* и обосновываются различные способы категоризации аудитории в политическом дискурсе.

Ключевые слова. Номинация, моделирование, адресат, политический дискурс, политическая коммуникация, вокатив, номинативное моделирование

NOMINATIVE MODELING OF THE ADDRESSEE IN PUBLIC POLITICAL COMMUNICATION

Kozhenyakin Evgeny

doctor of philosophical science. assistant professor,
Head of the Department of Communication, Advertising and Public Relations,
Belgorod State National Research University,
Belgorod, Russia / kozhenyakin@bsu.edu.ru

Annotation

The paper discusses the issues of modeling and categorization of recipients of political communication by means of addressee nominations. The later are released both by vocatives and representatives. The author refers to the case of New Year TV Presidential addresses to observe the key political categories *people*, *citizens* and *nation* and to discuss the various ways of categorization of audience in the political discourse.

Key words. nomination, modeling, addressee, political discourse, political communication, vocative, nominative modelling.

Прагматическая эффективность политического дискурса в значительной степени зависит от его лексического «оформления». В политике, как и во всех дискурсных практиках, слова многофункциональны – с их помощью коммуниканты обозначают явления действительности, выражают идеи и эмоции, побуждают к действиям, воздействуют на когнитивные структуры и т.п. Нельзя не согласиться с мнением А.П. Седых: «Языковое поведение крупных политиков пропитано идеологией, выбор языковых и речевых средств подчиняется основным программным направлениям партии, системе ее принципов, лежащих в основе знаний и ценностных ориентиров, политических стратегий» [Седых 2012, 58]. Дополним, что учитывая главную цель политического дискурса – семиотическое закрепление политического порядка, системы отношений доминирования и подчинения – для лексики этого типа дискурсной практики центральной является функция категоризации предметной области в соответствии не только с идеологическими воззрениями политика, но и его идеостилистическими характеристиками, типом информации, коммуникативными характеристиками языкового поведения (канал, формат, средства, жанры коммуникации), когнитивным и коммуникативным «бэкграундом» аудитории, общим культурным, социальным и политическим макроконтэкстом [Чепкасов, Долгих 2013; Нестеренко 2018; Гришаева 2015; Орехова 2015].

С помощью слов политики категоризируют мир, номинируя идеологически и прагматически релевантные указанным выше факторам наблюдаемые или воображаемые явления. «Свой» и «чужие», «Родина» и «заграница», «мы» и «они», «друзья» и «враги», «Восток» и «Запад» и многие другие базовые семиотические оппозиции позволяют идентифицировать агентов политики, выделить и номинировать ценностно значимые группы людей и фрагменты действительности. Номинация представляется одним из

ключевых инструментов политического дискурса, с помощью которого конструируется политический порядок как система отношений доминирования и подчинения.

Номинации подвергаются оба элемента семиотической оппозиции – как «чужие», так и «свои». Как отмечает Е.И. Шейгал, «“свои” часто маркируются возвышенной лексикой и торжественно-приподнятой тональностью, в то время как для указания на «чужих» используется сниженная лексика и презрительно-саркастическая тональность» [Шейгал 2004, 113]. Заметим, что в ситуациях живой политической коммуникации, в которых адресатом выступают представители «чужих», тональность номинирующих высказываний (адресных номинаций, вокативов, референций к адресату – в контексте этой работы мы будем использовать эти термины как синонимы), как правило, повышается (например, участники дипломатических переговоров обращаются друг к другу, используя лексику со значением «партнёры», а не «враги»), а использование сниженной лексики используется в крайних случаях. В то же время, замечание Е.И. Шейгал в полной мере относится к ситуациям общения политиков со «своими» адресатами: такие ситуации реализуют функцию интеграции, объединения индивидов в общую категорию, позитивное переживание принадлежности к которой поддерживается за счёт положительно маркированной номинативной лексики.

Уточним, что использование номинаций в политическом дискурсе происходит в двух «форматах» коммуникации: в публичном и непубличном.

Публичная коммуникация (обращение к гражданам, послание, встречи с избирателями, воззвание, доклад, поздравления и т.п.) предполагает интенсивное использование адресных номинаций, поскольку в ней непосредственно или опосредованно взаимодействуют две группы людей — адресанты и адресаты. Публичная коммуникация может принимать как сугубо монологичный (обращение, послание, воззвание), так и формально (поздравление) или собственно диалогичный характер (встречи, доклад). В последнем случае интерес представляют также «реактивные», ответные адресные референции, которые могут как поддерживать дискурсно-символический характер инициирующих номинаций, так и контрастировать с ними.

Непубличная политическая коммуникация осуществляется в условиях, не предполагающих открытый публичный доступ к сообщениям (совещания, переговоры, личные встречи и т.п.). Тексты, создаваемые в ситуациях непубличной политической коммуникации, также содержат номинативные конструкции и обращения, однако они используются скорее в референтивных, а не фатических целях.

В данной работе мы обратились к изучению адресных номинаций в монологической публичной коммуникации.

В качестве материала для анализа мы выбрали новогодние обращения Президента России к гражданам, поскольку основной целью этого жанра политического дискурса является символическая интеграция аудитории и власти, а сами тексты являются своего рода «семантическим конденсатом» политического порядка государства. Коммуникативная ситуация также представляется уникальной: адресант выступает одновременно и в качестве руководителя государства, и — символически — одного из участников ситуации праздника, а адресаты манифестированы в совокупности как политических, так и социальных, культурных и индивидуально-экзистенциальных качеств.

В исследовании использовались все новогодние обращения президентов России с 2000 по 2019 годы. Тексты взяты с официального сайта Президента РФ. Корпус текстов был обработан с помощью программы AntConc.

Исследование проходило в три этапа: на первом мы получили статистические данные о вокативах в обращениях президентов; на втором — обратились к изучению «мы»-номинаций; на третьем — рассмотрели контекстуальное использование лексических единиц адресных номинаций в других микрконтекстах использования.

1. Вокативы в новогодних обращениях президента

Наиболее распространёнными вокативами в дискурсе новогоднего обращения являются: *друзья* («Дорогие друзья!» и «Друзья!» – 43 раза), *граждане / граждане России* («Уважаемые граждане!» и «Уважаемые граждане России!» – 12 раз), *россияне* («Дорогие россияне!» – 2 раза), *соотечественники* («Дорогие соотечественники!» – 1 раз).

Вокатив *друзья* используется от 1 до 3 раз в каждом обращении, вокатив *граждане* – не более 1 раза в тексте, при этом в семи обращениях он не был использован. Слова *россияне* и *соотечественники* не использовались в качестве вокативов после 1999 года.

Приведённые выше данные свидетельствуют о численном преобладании эмотивных вокативов (*дорогие друзья, дорогие россияне, дорогие соотечественники*) над статусными вокативами (*уважаемые граждане, уважаемые граждане России*). Такое распределение значений указывает на межличностный, но в то же время дистанцированный характер обращений к аудитории, что можно объяснить спецификой коммуникативной ситуации: президент обращается к аудитории одновременно и как глава государства, и как один из тех, кто отмечает праздник. Отметим, что слова *друзья, граждане* и *россияне* (а также его синонимы – *народ, народ России*) используются не только в статусе вокатива, но и как репрезентативы, которые, тем не менее, выполняют номинирующую функцию в отношении адресата. На этот аспект мы обратим внимание в пункте 3.

2. «Мы»-номинации в новогодних обращениях

Ещё раз подчеркнём, что в политическом дискурсе референции к адресату носят преимущественно интегрирующий характер, с их помощью моделируется семиотическое пространство единства адресанта и адресата. Обращение «*друзья*», безусловно, маркирует дружеский, доверительный тип отношений между адресантом и адресатом, в то время как вокатив «*граждане*», используемый главой государства, указывает на социально-политический характер статусов коммуникантов, которые также объединены общим контекстом. Иными словами, адресные номинации *друзья, граждане, россияне* и др. самореферентны, они обращены в том числе на статус говорящего. В таком же ключе можно трактовать использование «мы»-номинаций: они обращены не только к коллективному субъекту (*я+вы*), но и к адресату. В определённом смысле в ряде случаев эти коммуникативно-смысловые переносы имеют грамматическую природу и выражаются в транспозиции личных местоимений [Шмелев, Булыгина 1997, 328-333]. В новогодних обращениях местоимение *мы* и его формы (*нас, наш, нам* и др.) используется 199 раз, что превышает значение суммы лемм *я* (44 раза) и *вы* (50 раз) более, чем в два раза. В этом проявляется интегрирующая, а не дифференцирующая функция новогоднего обращения.

В этом ключе показательной является следующая фраза: «*только вместе мы, народ России, сможем уверенно идти вперёд*». Уточнение интегративной категории *мы* происходит с помощью обращения к национальной идентичности, в связи с чем далее мы обратимся к уточнению контекстуальной семантики слова *народ* в новогодних обращениях.

Помимо конкретизирующей номинации *народ*, президенты преимущественно используют местоимение *мы* либо в значении «люди» («*как дорожим мы своими родными и близкими*», «*какие бы трудности не ждали нас в будущем, мы сможем с ними справиться*», «*все мы хотим, чтобы близкие были здоровы*», «*да, мы все разные*» и т.п.), либо для обозначения всех тех, кто участвует в конкретной коммуникативной ситуации («*через несколько минут мы встретим новый год*», «*проводя старый год, мы вспоминаем его радостные и грустные моменты*» и т.д.). В отдельных случаях местоимение *мы* используется с коннотативным значением «команда» («*и поэтому нам важно быть сплочённой, единой, сильной командой*»).

3. Адресная номинация и контекстуализация адресата

Интегративный характер вокативов и «мы»-номинаций в новогодних обращениях президента к гражданам России проявляется в том числе в уточнении статуса и агентивной роли адресата. Реципиенту «предлагается» идентифицировать себя с *друзьями, гражданами, народом*. В определённом смысле индивиды в коммуникативной ситуации новогоднего обращения перестают быть таковыми; они контекстуализируются с помощью номинаций в качестве субъектов различных действий и интенций. Здесь уместно вспомнить слова Луи Альтюссера: «категория субъекта является конститутивной для всякой идеологии только потому, что (определяющая) функция всякой идеологии – “конституировать” конкретных индивидуумов в субъектов» [Альтюссер 2011, [http](http://)]. Коммуникативным эффектом такого рода номинативного «конституирования» является «узнавание себя» индивидом в тех номинациях, которые используются адресантом в речевых ситуациях. Иными словами, регулярное использование определенных вокативов семантически закрепляется в ситуациях использования тех же слов в референтивных, а не только в фатических целях. Следуя мысли Л. Альтюссера, репрезентативы закрепляют номинации, введённые вокативами, на уровне идеологии и идентификации.

Так, слова «люди», «граждане» и «народ» используются в новогодних речах не только в качестве прямого или косвенного обращения, но и как референтивные номинации. Более подробно мы рассмотрели особенности использования этих номинативных единиц в предыдущих работах [Крюкова, Кожемякин 2018], здесь мы ограничимся указанием на основные результаты проведённого нами исследования.

Номинация *люди* реализуется преимущественно в контексте семейно-родственных и патерналистских отношений. Объектный характер этой номинации проявляется в видах её тематизации в новогодних телеобращениях. Основные *тематические блоки*, связанные с употреблением слова *люди*, это: забота, помощь и внимание к близким людям (*мы всегда стараемся быть рядом с близкими и дорогими нам людьми; современные технологии позволяют разделить наши чувства с дорогими людьми; сегодня мы думаем о самых близких людях, о наших родителях; государство обязано и будет поддерживать и помогать людям старшего поколения*); улучшение жизни людей (*удалось пусть немного, но всё-таки улучшить жизнь людей; нам многое предстоит сделать: в экономике, в улучшении жизни людей; что нужно сделать, чтобы людям хотя бы чуточку, хотя бы немного жилось легче и лучше; раскрытие возможностей каждого, улучшение жизни людей – это главная задача*); надежды и возможности людей (*мы видим, как...открываются новые возможности для людей; люди в нашей стране уверенней смотрят в будущее; эти минуты всегда объединяют людей (...), потому что каждый (...) надеется (...) на лучшее; с какой надеждой и верой люди проголосовали на выборах*).

Результатом тематизации категории *люди* является преимущественно её *социально-экономическая* (улучшение жизни) и *социально-психологическая категоризация* (забота, помощь и внимание, а также надежды и возможности): люди – это объект экономической заботы государства.

В отличие от категории *люди*, номинация *граждане* реализуется в новогодних обращениях в *государственном* и *социальном* контекстах. Уже на уровне обращения (*уважаемые граждане*) эта номинация направлена на наделение адресата государственными и социально-экономическими характеристиками. Тематизация категории *граждане* подразумевает выделение следующих тематических блоков: интересы граждан и их защита (*мы будем ... в самом широком смысле защищать интересы наших граждан*); трудовая деятельность граждан (*немало наших граждан, в том числе и вдали от родного дома, обеспечивают безопасность России, работают на предприятиях и дежурят в больницах, ведут поезда и самолёты*); жизнь граждан, благополучие граждан (*государство, удобное и комфортное для жизни граждан; я желаю всем гражданам России прежде всего благополучия; в этом году не все наши граждане стали жить лучше*); демография (*отрадно, что в уходящем году у нас родилось больше новых граждан России, чем в прошлом*); испытания (*наша Родина прошла через*

драматические испытания ... благодаря вам, её гражданам). Эти тематические блоки свидетельствуют о *социально-экономической* (трудовая деятельность, жизнь и благополучие, демография) и *(гео)политической категоризации* (защита интересов граждан, испытания, упоминание военнослужащих первыми при перечислении категорий занятых граждан): граждане – это те, чьи интересы взаимно связаны и определены интересами государства.

Категория *народ* реализуется преимущественно в политических и исторических характеристиках и оформляется следующими тематическими блоками: «путь народа» и его достижения (*путь, выбранный народом России; мы, народ России, сможем уверенно идти вперёд*); («[в российской истории] *отразились свершения всего российского народа*»); достоинство народа и авторитет страны (*все это послужило нашему общему успеху. Прибавило авторитета стране в целом, достоинства всему российскому народу*); положительные качества народа (*мужество, трудолюбие и интеллектуальный потенциал нашего великого народа*); чувство единства (*мы ... вновь почувствовали себя единым народом*).

В новогодних обращениях *народ* в отличие от категории *люди* конструируется скорее в агентивных, а не адресатных характеристиках. На наш взгляд, на условной шкале «объектность – субъектность» мы можем расположить три адресные номинации, используемые в новогодних обращениях, следующим образом: *люди - граждане - народ*, где *люди* наделяются скорее объектными, а *народ* – субъектными характеристиками.

Итак, сформулируем основные выводы. Адресные номинации, используемые в публичной политической коммуникации, варьируются в зависимости от интенций адресанта, жанра политической речи, темы дискурса и вида информации. Номинации могут рассматриваться как индикатор представлений адресанта об адресате. В рамках одной дискурсной ситуации адресат может номинироваться и в личностных, и в социальных, и в политических категориях. Публичная номинация адресата фиксирует иерархию политических смыслов, категоризирует участников коммуникации и объекты политического воздействия. Вокативы, которые политики используют, обращаясь к аудитории, выражают политическую ориентацию адресанта и аксиологию политического действия; конструируют коммуникативную и – шире – политическую и социальную позицию реципиента; моделируют отношения доминирования-подчинения в политической коммуникации. Лексические единицы, используемые в качестве вокативов, могут использоваться в том числе в качестве репрезентативов, закрепляющих идеологический и идентификационный смысл номинаций.

Таким образом, использование определённых референций к адресатам актуализирует определённые политические смыслы в коммуникативной ситуации, моделирует коммуникативную и когнитивную позицию реципиента, а использовании разных номинаций в одной коммуникативной ситуации позволяет осуществлять различные стратегии категоризации адресата.

Литература

1. Альтюссер, Л. Идеология и идеологические аппараты государства / Л. Альтюссер // Неприкосновенный запас. – 2011. – №3. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2011/3/al3-pr.html>
2. Гришаева, Л.И. Манипулятивные техники и способы поддержания власти в медиадискурсе / Л.И. Гришаева // Дискурсы власти : колл. моногр. / Н.А. Меркурьева, А.В. Овсянников, А.Г. Пастухов (отв. ред.). – Орёл: ООО «Горизонт», 2015. – С.208-238.
3. Крюкова, С.В., Кожемякин, Е.А. Языковое моделирование национальной идентичности в политическом медиадискурсе (на материале новогодних телеобращений президента РФ и Посланий В.В. Путина к Федеральному собранию) / С.В. Крюкова, Е.А. Кожемякин // Современный дискурс-анализ. – 2018. - №3-1 (20). – С.80-95.
4. Нестеренко, Е.Ю. Статусные вокативы в рождественских и новогодних обращениях первых лиц России и Великобритании / Е.Ю. Нестеренко // Филологический аспект. – 2018. - №12(44). – С.119-125.
5. Орехова, Д. В. Церковно-религиозный и политический типы дискурса сквозь призму диалогичности (на материале жанра послания): дис. ... канд. филол. наук / Д.В. Орехова. — Москва, 2015. — 251с.
6. Седых, А.П. Идеологические элементы фразеологии политического руководителя (на материале дискурса В. В. Путина и А. Меркель) / А.П. Седых // Политическая лингвистика. – 2012. - №1(39). – С. 57-67.

7. Чепкасов, А.В., Долгих, В.П. Обращения в речи спикера / А.В. Чепкасов, В.П. Долгих // Вестник КемГУКИ. – 2013. - №24. – С.177-184.
8. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.
9. Шмелёв, А.Д., Булыгина, Т.В. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) / А.Д. Шмелёв, Т.В. Булыгина. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 576 с.

References

1. Althusser, L. Ideology and ideological apparatuses of the state / L. Althusser // Immunity reserve, 2011. - №3. – Access mode: <http://magazines.russ.ru/nz/2011/3/al3-pr.html>
2. Grishaeva, L.I. Manipulative techniques and ways to maintain power in a media discourse / L.I. Grishaeva // Discourses of power: monogr. / ON. Merkurieva, A.V. Ovsyannikov, A.G. Shepherds (ed.). – Orel: Horizon LLC, 2015. – P.208-238.
3. Kryukova, S.V., Kozhemyakin, E.A. Language modeling of national identity in the political media discourse (on the material of the New Year TV appeals of the President of the Russian Federation and the Messages of V. Putin to the Federal Assembly) / S.V. Kryukova, E.A. Kozhemyakin // Modern Discourse Analysis, 2018. - №3-1 (20). – p. 80-95.
4. Nesterenko, E.Yu. Status vocatives in the Christmas and New Year appeals of the first persons of Russia and Great Britain / E.Yu. Nesterenko // Philological aspect, 2018. - №12 (44). - P.119-125.
5. Orekhova, D. V. Church-religious and political types of discourse through the prism of dialogue (on the material of the genre of the message): dis. ... Cand. filol. Sciences / D.V. Orekhov. - Moscow, 2015. – 251с.
6. Sedykh, A.P. Ideological elements of the political leader's phraseology (on the material of V.V. Putin and A. Merkel's discourse) / A.P. Gray // Political linguistics, 2012. - №1 (39). – pp. 57-67.
7. Chepkasov, A.V., Dolgikh, V.P. Appeals in the speech of the speaker / A.V. Chepkasov, V.P. Long // Herald KemGUKI, 2013. - №24. – P.177-184.
8. Sheigal, E.I. Semiotics of political discourse / E.I. Sheigal. – М.: Gnosis, 2004. – 326 p.
9. Shmelev, A.D., Bulygina, T.V. Language conceptualization of the world (on the material of Russian grammar) / AD. Shmelev, TV, Bulygina. – М.: School «Languages of Russian culture», 1997. – 576 p.

УДК 81

К ВОПРОСУ О ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ

Коломыцева, Диана Геннадьевна

магистрант кафедры немецкого и французского языков
Белгородский государственный национальный исследовательский университет
г. Белгород, Россия / j.ewigkeit@mail.ru

Научный руководитель: к.ф.н., доцент **Скокова, Татьяна Николаевна**

Аннотация

В статье рассматривается вербализация концептуальной метафоры на примере концепта ARCHITEKTUR в немецком языковом сознании. С позиций когнитивной лингвистики метафора рассматривается как форма мышления, т.к. не только передает информацию, но и преобразует существующую в сознании человека картину мира. Концептуальная метафора представляет собой одну из важнейших форм репрезентации концептов, базовых единиц хранения информации.

Ключевые слова: концептуальная метафора, концепт ARCHITEKTUR, фразеологическая единица.

THE PROBLEM OF THE VERBALIZATION OF A CONCEPTUAL METAPHOR

Kolomytseva Diana

Graduate student

Department of German and French languages
Belgorod State National Research University
Belgorod, Russia / j.ewigkeit@mail.ru

Scientific adviser D in Philology, Associate Professor **Skokova Tatjana**

Abstract

The article deals with the verbalization of the conceptual metaphor on the basis of the German concept ARCHITEKTUR. From the standpoint of cognitive linguistics the metaphor is a form of thought. The conceptual metaphor not only conveys information but also changes a picture of the world in the mind of a person. It represents one of the most important forms of representation of concepts and also it is a basic unit storage of information. The conceptual metaphor plays a significant role at the representation and a research of concepts.

Keywords: conceptual metaphor, concept ARCHITEKTUR, fixed phrase.

Исследуя концепт архитектуры через призму духовности, следует сказать, что как один из видов искусства она входит в сферу духовной культуры. То, что архитектура