

В. А. Волчек, О. Г. Орлова

*Кемеровский государственный университет
ул. Красная, 6, Кемерово, 650043, Россия*

rector@kemsu.ru; orlovaog@mail.ru

ПРИЗНАКИ «ВЕЛИЧИЯ» РОССИИ В ДИСКУРСЕ О СОЧИ-2014

Исследуются языковые средства и оценки, используемые в американском публицистическом дискурсе для актуализации стереотипа о России как великой, огромной стране. Стереотип, понимаемый как национально и идеологически окрашенный, устойчивый признак концепта, рассматривается в дискурсе. Дискурс, в свою очередь, характеризуемый признаками рекуррентности, анализируется на примере текста как его репрезентанта. Выяснено, что признаки величия России в анализируемом дискурсе актуализируются при помощи разнообразных языковых средств: имен существительных (*grandeur*), имен прилагательных (*great, the largest, the third-largest, giant, largest, big, the most expensive, considerable*), глаголов (*surpass (surpassing)*), имен числительных (*third-largest, three times more, \$51 billion, \$170 million*), наименований чисел (*million, billion*) и валют, наречий (*further over*). Основной тип оценки, используемый в тексте – негативный. Признаки величия России раскрываются в тесной ассоциативной связи с деньгами и спортом и ставятся от них в зависимость.

Ключевые слова: дискурс, массмедийный дискурс, концепт, признаки концепта, стереотип.

События Олимпийских игр в Сочи 2014 г. уже вошли в историю, и эта Олимпиада, как и Олимпиада-80 в свое время, была одним из дискурсогенных событий уходящего года. Во-первых, практически все население планеты следило за СМИ, комментирующими игры; во-вторых, в печати живо обсуждались вопросы, касающиеся подготовки к Играм; в-третьих, шли дискуссии о результатах Олимпиады уже после ее окончания. Достижения в спорте, по заведенной традиции, считаются признаком значительных достижений всей страны в целом.

В данной работе мы рассмотрим, при помощи каких языковых средств и оценок в печатном американском массмедийном дискурсе о Сочи-2014 актуализируются признаки величия России.

Сначала определим, что понимается под дискурсом в современной науке. Стали традиционными и частотными в научной литературе определения дискурса, даваемые,

например, Н. Д. Арутюновой (речь, погруженная в жизнь) [1998. С. 136–137], Т. ван Дейком (одна из форм легитимизации социального неравенства) [1989], Н. Фэрклоу (язык, используемый в процессе репрезентации социальной практики, отличной от частной точки зрения) [Fairclough, 1995]. Во всех дефинициях акцент ставится на экстратекстуальных явлениях, которые определяют специфику использования языка. «Общество конституируется практикой человеческой деятельности. Язык, являющийся выражением такой практики, как отражает, так и обуславливает деятельность общества. Важно при этом то, что ни одна из сторон – язык и общество – не является независимым агентом: они диалектически сочетаются в дискурсе» [Герасимов, Ильин, 2002].

Это является логичным наследием представлений о дискурсе, возникшим во французской школе дискурс-анализа, который, по мнению французских ученых, дол-

жен отвечать на вопрос, какую позицию занимает субъект, чтобы быть автором данного высказывания. М. Фуко подчеркивал: «Описать высказывание – не значит анализировать отношения между автором высказывания и тем, что он сказал (или хотел сказать, или сказал, не желая); это означает определить, какова позиция, которую может и должен занять любой индивид, чтобы быть субъектом данного высказывания» (цит. по: [Серио, 2001. С. 549–562]).

Все дальнейшие исследования и теории, вплоть до мысли о категоричной относительности значений, являются продолжением учения французских дискурсологов. «Любой дискурс – это не более как способ представления мира, придания ему определенных значений, изменяемых в зависимости от текущих контекстуальных условий. Дискурсы – это относительно ограниченные наборы утверждений, которые устанавливают пределы того, что имеет значение, а что значение не имеет» [Рогозин, 2006].

В современной науке сложились определенные методики дискурс-анализа. «Любая модель дискурса включает систему дифференцированных признаков, позволяющих проектировать, оценивать их, прогнозировать результаты:

1) форма текста (диалог, полилог; письменная, устная; подготовленная, неподготовленная / спонтанная);

2) жанр текста (выступление, речь, дискуссия, спор, интервью, статья, комментарий, беседа и др.);

3) тематика текста (экономика, политика, социальная защита, спорт, культура, искусство, кинематограф, театр, образование и др.);

4) проблематика текста (коррупция, преступность, наркомания, бедность, социальное расслоение и др.);

5) масштаб охвата аудитории (планетарный – мировой, межгосударственный; внутренний – федеральный, межрегиональный, региональный; местный – муниципальный)» [Клюев, 2009].

Мы предлагаем понимать под дискурсом социально детерминированный тип общения, формой выражения и фиксации которого являются тексты. В процессе дискурс-анализа изучению подлежат тексты. С учетом того, что всякий текст является «представителем» своего дискурса, термином «дискурс» можно именовать и весь текст, и

его часть, выраженную предложением или рядом предложений. Эта терминологическая замена допустима в тех случаях, когда необходимо выявить и описать дискурсивную природу изучаемых явлений.

Таким образом, изучая способы актуализации признаков величия России в тексте американского журнала «Bloomberg Business Week» и их оценки с акцентом на исследование их социальной и исторической детерминации, мы рассматриваем такие признаки дискурса, как тематика и проблематика, и оказываемся в области действия принципов дискурсивного анализа.

Нужно отметить, что *РОССИЯ* – важный концепт американского массмедийного дискурса, поскольку страна представляет собой основного идеологического и геополитического оппонента Америке. Было выяснено, что концепт «имеет сегментную структуру, т. е. состоит из девяти сегментов (фреймов, отражающих “прямые” признаки: “РОССИЯ – СТРАНА / ТЕРРИТОРИЯ”, “РОССИЯ – ГОСУДАРСТВО”, “РОССИЯ – КОНЕЧНЫЙ ПУНКТ”, “РОССИЯ – ИСХОДНЫЙ ПУНКТ” (94,99 %), и метафорических моделей, отражающих “непрямые” признаки: “РОССИЯ – ЧЕЛОВЕК”, “РОССИЯ – ЖИВОЕ СУЩЕСТВО”, “РОССИЯ – ЖИВОТНОЕ”, “РОССИЯ – РАСТЕНИЕ”, “РОССИЯ – АРТЕФАКТ / ПРЕДМЕТ” (5,01 %)); отражает фрагмент мира, означенный как концепт “RUSSIA”, “путем отображения его пиков” [Почепцов, 1990], т. е. «путем отображения наиболее актуальных его сторон» [Орлова, 2005]. Во фрейм «Россия – государство» входит стереотип «огромная, великая страна». Это стереотипное представление о России репрезентируется в американском публицистическом массмедийном дискурсе при помощи лексем *giant, great, power, extensive, overgrown, vast* [Орлова, 2013]. Стереотип о величии России достаточно старый: самые ранние тексты “The New York Times”, содержащие данный стереотип и находящиеся в архиве на сайте газеты, относятся к 1851 г. [Там же]. Этот стереотип достаточно ярко детерминирован социально-историческими условиями существования дискурса.

Как мы выяснили, географическая протяженность страны – основа для стереотипа о величии России, и она стремилась к увеличению своих территорий. В текстах, относящихся к 1851 г., этот стереотип выражал-

ся при помощи разнообразных языковых средств: *aggrandizement, annex to the Russian dominion, the frontier of that great Empire must gradually advance, Colossus*. В дискурсе 1860 г. к средствам репрезентации величия страны добавляются традиционные *wide, great, giant, greatness, supreme*. В 70-е гг. XIX в. в американском дискурсе о России отмечена положительная оценка по отношению к либеральной политике Александра II. В начале XX в., кроме частотного *great nation*, мы встречаем указание на большие территории, принадлежащие стране: *the vast territories of this country, the vast Russian landscape*. В 1941 г. большие пространства, которыми владеет Россия, были аргументом в ее пользу. Используются следующие языковые средства: *notably distances, great distances, limitless horizon*. По мнению американских журналистов, Гитлер хочет либо свергнуть коммунистов, либо заполучить несметные богатства российских провинций. «*The land of the Soviets offers enormous booty*» (The New York Times. 1941. June 21).

В связи с событиями, произошедшими в 1991 году, в американо-российском дискурсе периода 90-х гг. формируется нарратив, объясняющий новое состояние мира. В этот нарратив включены знания о причинах событий, участниках, последствиях. Роспуск СССР вырастает в дискурсе в мифологему «*fallen Soviet Empire*»; стереотип «огромная, великая страна» наполняется противоположным содержанием, но не прекращает своего существования как оценочно-идеологический конструкт [Орлова, 2013].

В изучаемом дискурсе Олимпиада в Сочи 2014 г. представлена как такое событие в истории России, которое должно было доказать геополитическую и экономическую состоятельность страны. «*Now, as then, grandeur and showmanship are as important as the finished project. Putin sees the Sochi Games as a capstone to the economic and geopolitical revival of Russia...*» (Bloomberg BusinessWeek. 2014. Jan. 6–12. P. 40). Путем пространственного сближения слов *grandeur* и *economic and geopolitical revival* в дискурсе понятия, выражаемые ими, увязываются и, будучи отнесены к одной референтной сфере – России, начинают сообщать смысл, не выраженный в предложении в явном виде: Россия была великой страной и стремится к возрождению своего величия. Тот факт, что в России спорт никогда не рассматривался

только как спорт, подтверждается тем, что Олимпийские игры в Сочи были задуманы как средство восстановления целого региона: «*Putin never saw the Sochi Olympics as a mere sporting event, or even a one-of-a-kind public-relations opportunity. Rather, he viewed the Games as a way to rejuvenate the entire Caucasus region*» (Ibid.). Олимпийские игры были для Путина способом поднятия престижа всей страны и представлялись лично для него особенно важными: «*Government officials, big construction firms, local subcontractors – everyone knew the Sochi Games were a matter of state prestige and of great personal importance to Putin and his legacy. “For the state, the Olympics are something holy”, FBK’s Nikolaev says...*» (Ibid.).

Основной признак экономической успешности – большие размеры (ср. с метафорой *экономический рост*). Так, в Адлере – самая большая железнодорожная станция в России. «*The new road and railway to Krasnaya Polyana, the mountain resort that will host the ski and snowboard events of the Sochi 2014 Winter Olympics, start in Adler, a beach-front town that has become a boisterous tangle of highway interchanges and construction sites. A newly opened, glass-fronted train station – the largest in Russia – sits like a sparkling prism between the green and brown peaks of the Caucasus mountains...*» (Ibid.). РЖД – третья в мире по размерам железнодорожная сеть, и проект Адлер – Красная Поляна стал самым амбициозным. «*It (RZhD) oversees 52 miles of rail track, the third-largest network in the world, and employs nearly a million people. The 31-mile Adler-to-Krasnaya Polyana project is among its most ambitious...*» (Ibid.). Баннер «Сочи готовится к Олимпийским рекордам!» – гигантский. «*Down the hill side stood a giant banner: “Sochi is preparing for Olympic records!”*» (Ibid.). Величие события особенно было очевидно на церемонии открытия Игр: это было «самое грандиозное представление в мире»: «*“the world’s largest theatre”. The show for the opening ceremonies is said to include six locomotives, the troika from Nikolai Gogol’s “Dead Souls”, and Peter the Great commanding five ships*» (Ibid.). Одним из способов указания на величие страны является использование лексем с дименсиональной семантикой в сочетании с именами числительными. Лексем дименсиональной семантики используются в тексте в том чис-

ле и в метафорическом значении: «*The ski jump fiasco wasn't the first indication that the combination of **big money** and lax oversight was leading to inefficient spending, if not abuse*» (Ibid.).

Одним из наиболее вызывающих доверие способов оценки экономической – и геополитической – состоятельности России является подсчет, результаты которого могут быть отражены в цифрах. Так, Россия на Олимпиаду потратила в три раза больше, чем НАСА на запуск Марсоходов: «*A report by opposition politicians Boris Nemtsov and Leonid Martynyuk calculated that the Russian state spent **three times more** on the road than NASA did for the delivery and operation of a new generation of Mars rovers*» (Ibid.). Россия потратила на Сочи-2014 на 10 млн больше, чем Китай на Летние олимпийские игры в 2008 г.: «*At **\$ 51 billion**, the Sochi Games are the costliest ever, surpassing the 40 \$ billion spent by China on the 2008 Summer Olympics*» (Ibid.). Все цены в Сочи выросли в три раза, и эти Олимпийские игры станут самыми дорогими в истории спорта: «*In Sochi, costs rose nearly five times. That these Olympics should be **the most expensive** in history is all the more improbable...*» (Ibid.). Подсчитано, что потери в виде испорченного оборудования, а также расходы на доставку стройматериалов составили миллионы долларов: «*Millions of dollars in equipment were destroyed or damaged, while deliveries of building materials for Olympic venues were delayed or rerouted at **considerable** expanse*» (Ibid.). Расходы из бюджета страны составили 170 млн долл. на стадион и 75 млн долл. на бобслейную трассу: «*The alleged losses to the state budget totaled nearly **\$170 million** at the stadium and \$75 million the bobsledding venue. Around Sochi, developers and contractors pushed to have any project, no matter how tenuous, deemed “Olympic”*» (Ibid.). Таким образом, реализация проекта стала дороже, чем планировалось: «*As a result, the project went even **further over budget***» (Ibid.). На новом рынке начальные цены на жилье будут гораздо выше, чем за аналогичное жилье в Европе: «*“We are making a new market”, Elison says. The opening prices at the condominium development will probably **surpass** those for similar real estate available in Europe*» (Ibid.).

Отмечается также наличие значительного количества сравнений в тексте. Использо-

уются превосходная степень имен прилагательных (*the most expensive, the third-largest, most ambitious, the largest*), сравнение (*three times more*).

Оценка, используемая в тексте, относится к этическим оценкам: стоимость Олимпийских зимних игр в Сочи такова, потому что является следствием амбиций, высокомерия и жадности Путина: «*How the Sochi Games grew so expansive is a tale of Putin-era Russia in microcosm: a story of **ambition, hubris and greed** leading to **fabulous** extravagance on the shores of the black sea*» (Ibid.). В тексте также используются элементы эмоциональной оценки: *fabulous*. Нужно отметить, что в основном оценка применяется в отношении поведения агентов дискурса и собственно сами имена существительные поведения имеют негативный оценочный характер: *ambition, hubris, greed, excess, waste, mismanagement, abuse*.

Другой тип оценки, используемый в тексте об Олимпиаде-2014, – телеологическая. Так, траты оцениваются как лишние, менеджмент как неуспешный: «*Of all the examples of Olympic **excess, waste and mismanagement**, the most conspicuous is the ski jumping facility in Krasnaya Polyana*» (Ibid.). Контроль оценивается как слабый, расходование средств как неэффективное, деньги не экономятся: «*The ski jump fiasco wasn't the first indication that the combination of big money and lax oversight was leading to **inefficient spending**, if not abuse. The short history of Olympstroy, the state corporation founded in 2007 to coordinate the construction process in Sochi, illustrates the problems with so much **money sloshing around***» (Ibid.). Увеличение расходов оценивается как необоснованное: «*Last year, as part of its annual accounting, the Audit Chamber accused Olympstroy of “**unwarranted increases**” in costs at Olympic venues worth a total of 15,5 billion rubles*» (Ibid.).

Таким образом, представление о том, что Россия – великая страна, является ядром дискурса благодаря тому, что в нем присутствуют в большом количестве разнообразные языковые средства, эксплицирующие это знание: имена существительные (*grandeur*), имена прилагательные (*great, the largest, the third-largest, giant, largest, big, the most expensive, considerable*), глаголы (*surpass (surpassing)*), имена числительные (*third-largest, three times more, \$51 billion*,

\$170 million), наименования чисел (*million*, *billion*) и валют, наречие (*further over*). Однако в связи с тем, что основной тип оценки, используемый в тексте – негативный, стереотип о величии России раскрывается в изученном дискурсе в определенном ракурсе, а именно: величие, опирающееся на большие размеры и большие деньги, не подкреплено эффективным менеджментом.

Отметим также следующее. Текст, который мы изучили посредством дискурсивного анализа, представляет собой дискурсивное явление, поскольку именно благодаря ядерному представлению – стереотипу «огромная, великая страна» – оказывается включенным в длительную дискуссию (ср. значения *discurro*) о величии России. Дискурсивность – это и есть то свойство текста, благодаря которому в нем есть возможность возвращаться к ранее поднятым темам. Такие «ранее поднятые темы» в дискурсивном анализе называют «преконструктами» дискурса; своеобразными преконалами являются и стереотипы, которые позволяют сохранять и передавать из поколения в поколение разнообразные знания об окружающей действительности. Таким образом, стереотип о России «огромная, великая страна» – это исторически и, соответственно, экстралингвистически обусловленное устойчивое представление, имеющее идеологическую природу. Мы отметили, что в дискурсах разных периодов данный стереотип менялся именно идеологически. В изученном тексте признаки величия России раскрываются в тесной ассоциативной связи с деньгами и спортом и ставятся от них в зависимость.

Список литературы

Арутюнова Н. Д. Дискурс // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцевой. 2-е изд. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. С. 136–137.

Герасимов В. И., Ильин М. В. Политический дискурс-анализ // Политическая наука. М., 2002. № 3. С. 61–71.

Дейк ван Т. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.

Клюев Ю. В. Каналы, формы, ресурсы публичного политического дискурса // Вестн. Санкт-Петерб. ун-та. Сер. 9. 2009. Вып. 1, ч. 2. С. 240–245.

Орлова О. Г. Актуализация концепта «Russia» («Россия») в американской публицистике. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2005.

Орлова О. Г. Динамика дискурса и динамика стереотипа // Стереотипы лингвокультуры. Серия «Концептуальные исследования». Киев, 2013. Вып. 18. С. 30–74.

Почепцов О. Г. Языковая ментальность: способ представления мира // Вопр. языкознания. 1990. № 6. С. 110–111.

Рогозин Д. М. [Рец. на кн.]. Л. Филлиппс, М. В. Йоргенсен. Дискурс-анализ: теория и метод: Пер. с англ. / Под ред. А. А. Киселевой. Харьков: Изд-во Гуманитарного центра, 2004. 336 с. // Мониторинг общественного мнения. 2006. № 4 (80). С. 151–160.

Серпуо П. Анализ дискурса во Французской школе // Семиотика. Антология / Сост. Ю. С. Степанов. М., 2001. С. 549–562.

Fairclough N. Media Discourse. L.: Edward Arnold, 1995. 214 p.

Материал поступил в редколлегию 23.12.2014

V. A. Volchek, O. G. Orlova

Kemerovo State University
6 Krasnaya Str., Kemerovo, 650043, Russian Federation

rector@kemsu.ru; orlovaog@mail.ru

«GREATNESS» OF RUSSIA IN THE SOCHI 2014 DISCOURSE

The article investigates the linguistic means used in American journalistic discourse to describe a stereotype of Russia as a great, vast country. The stereotype, understood as a nationally and ideologically colored and stable fragment of the concept, is considered in the discourse. Discourse, in turn, characterized as recurrent, was analyzed in the text which represents it. It is found out that the

signs of Russia's greatness in the discourse under analysis are updated with the help of various linguistic resources: nouns (*grandeur*), adjectives (*great, the largest, the third-largest, giant, largest, big, the most expensive, considerable*), verbs (*surpass (surpassing)*), the names of numerals (*third-largest, three times more, \$ 51 billion, \$ 170 million*), names of numbers (*million, billion*) and currencies, adverbs (*further over*). The main type of assessment used in the text is negative. Signs of Russia's greatness are revealed in close association with the money and sports and dependent on them.

Keywords: discourse, mass media discourse, concept, concept fragments, stereotype.