

Павленко Лариса Геннадиевна

ИСКУССТВО КАК ИСТОЧНИК ПРАГМАТИКИ В АНГЛИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Политический дискурс в искусствоведческой периодике приближен к адресату с помощью различных прагматических (в том числе стилистических) средств, источником образности в которых выступают различные аспекты из области искусства. На примере анализа газетных материалов "The Art Newspaper" иллюстрируется, как в них переплетаются коды политического дискурса с кодами прагматических средств, восходящих к искусству.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/3-1/37.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 3(69): в 3-х ч. Ч. 1. С. 124-126. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/3-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

8. **Литературный энциклопедический словарь** / под ред. В. М. Кожевникова и П. А. Николаева. М.: Советская энциклопедия, 1987. 751 с.
9. **Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.** Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / Ин-т рус. яз. РАН, Рос. фонд культуры. М.: Азъ, 1992. 955 с.
10. **Постовалова В. И.** Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира. М.: Наука, 1988. 215 с.
11. **Русский ассоциативный словарь**: в 2-х т. / Ю. Н. Караулов, Г. А. Черкасова, Н. В. Уфимцева, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов. М.: АСТ; Астрель, 2002. Т. I. От стимула к реакции: ок. 7000 стимулов. 784 с.
12. **Фасмер М.** Этимологический словарь русского языка: в 4-х т. / пер. с нем. и дополнения О. Н. Трубачёва. Изд-е 4-е, стереотип. М.: Астрель; АСТ, 2004. Т. 2. 671 с.
13. **Щирова И. А., Гончарова Е. А.** Текст в парадигмах современного гуманитарного знания. СПб.: Книжный дом, 2006. 171 с.
14. **Berlin В., Kay Р.** Basic Color Terms. Berkeley: Los Angeles, 1969. 178 p.

COLOUR TERMS AS A VALUABLE CHARACTERISTIC OF L. N. ANDREEV'S LINGUISTIC WORLDVIEW

Morshchinskii Vladislav Sergeevich
Belgorod National Research University
vmorsinskij@gmail.com

The article is devoted to linguo-culturological analysis of the specificity of colour term usage in L. N. Andreev's works. The study aims to identify the functions of colour terms in author's original worldview and to discover their correlation with one of the symbolic groups realizing the opposition *life – death*. The analysis indicates that colour terms in L. N. Andreev's works perform symbolic function and within the symbolic opposition realize the opposition *life – death* which is a basic one in author's individual linguistic worldview.

Key words and phrases: linguo-culturology; colour term; linguistic worldview; individual style; symbol; expressionism.

УДК 811.111

Политический дискурс в искусствоведческой периодике приближен к адресату с помощью различных прагматических (в том числе стилистических) средств, источником образности в которых выступают различные аспекты из области искусства. На примере анализа газетных материалов «The Art Newspaper» иллюстрируется, как в них переплетаются коды политического дискурса с кодами прагматических средств, восходящих к искусству.

Ключевые слова и фразы: адресант; адресат; дискурс; прагматический; перлокутивный эффект.

Павленко Лариса Геннадиевна, к. филол. н., доцент
Таганрогский институт имени А. П. Чехова (филиал)
Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)
repack_ufo@repack.ru

ИСКУССТВО КАК ИСТОЧНИК ПРАГМАТИКИ В АНГЛИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Информация, которую получает современный человек, обильна и многоканальна. Для многих людей день начинается с кнопки телевизора на кухне, продолжается прослушиванием радио в автомобиле или просмотром газет в общественном транспорте, завершается «навигацией» Интернета. Политический нарратив преследует современников через активную экспансию массово-информационного общения в повседневную жизнь людей. Даже стремясь избежать участия в политическом дискурсе, это не всегда удается, потому что даже источники, далекие от политики, с целью удержания внимания читателей используют свойственные изданию клише и лексику для изложения информации политического характера. Широко используются рекламные компоненты организации газетных материалов [3, с. 96].

Авторы политических материалов, используя искусствоведческие издания, стремятся приблизиться к адресату, говорить на одном с ним языке. По справедливому утверждению Л. Е. Кирилловой, конструкция дискурса базируется на комплексе связанных компонентов, а именно: адресант/адресат, текст формируется с помощью системы разноуровневых вербальных и невербальных кодовых слоев [2, с. 99]. Адресант в результате жесткой информационной конкуренции использует различные прагматические средства, обладающие «манкостью» для конкретного адресата, декодирование прагматически окрашенной информации не должно представлять для него трудности. Международная газета *The Art Newspaper* («Художественная газета»), посвященная мировым новостям искусства, на первых страницах содержит заголовки прагматического характера, например: «*Would Clinton or Trump be better for the arts?*» [4]. / «*Кто будет больше способствовать развитию искусства – Клинтон или Трамп?*» (здесь и далее перевод автора статьи – Л. П.).

Рогатив апеллирует к любопытству читателя узнать мнение автора статьи. «*Artists express dismay at Donald Trump's US election victory*» [6]. / «Художники в страхе и смятении от победы Дональда Трампа». Выбор слова *dismay* говорит о некой гиперболизации чувств, но художникам свойственно чувствовать глубже, тоньше, острее, чем простым смертным. «*Brexit: We have chosen the way of Hogarth over Turner*» [5]. / «Брекзит: мы предпочли путь Хогарта Тернеру». Употребление прецедентных имен английских художников Уильяма Хогарта, первого национального художника, яркого представителя британского консерватизма, и Уильяма Тернера, впитавшего достижения мировой, в частности европейской, живописи, многие полотна которого были непонятны современникам, констатирует негативное отношение автора статьи к выходу Британии из Евросоюза. Противопоставление этих широко известных имен передает его опасения по поводу упущенных возможностей в развитии британской живописи и распространении ее за рубеж. Брексит видится автору как возвращение от новых тенденций, которые не всегда понятны обывателю, к старому, своему, консервативному. Создавая газетный заголовок, автор прогнозирует прагматический эффект порождаемого речевого высказывания [3, с. 109]. Примечательно, что все три газетных материала сопровождаются невербальными средствами – портретами кандидатов в президенты США Д. Трампа и Х. Клинтон, фотографией Д. Трампа на фоне поддерживающих его избирателей, иллюстрацией картины У. Хогарта «Ростбиф старой Англии». Все три заголовка обладают ярко выраженным перлюкутивным эффектом – притягивают внимание читателя, побуждают его ознакомиться с материалами. Представляется необходимым проанализировать отобранные статьи, так как без текста дискурса быть не может, как не может его быть и без ситуации. Вслед за И. Г. Атрощенко мы рассматриваем дискурс как сложное коммуникативное явление, включающее типизированную ситуацию социального взаимодействия, социальные нормы и конвенции, культурологические представления и формы, воплощающиеся в процессе взаимодействия в неких лингвистических конструкциях и закрепляемые в тексте [1, с. 30].

Дэн Дурей [4], исследующий перспективные возможности кандидатов в президенты в области развития искусства, придерживается клишированных выражений как в области политики (перифраза «*the next leader of the free world*» / «*следующий лидер свободного мира*», стертая метафора «*defend funding for the National Endowment for the Arts*» / «*защищать национальный фонд пожертвований в искусство*»), так и в области искусства («*charitable gifts*» / «*пожертвования*», «*no public collecting*» / «*никакого общественного коллекционирования*», «*no museum-board membership*» / «*не принимать участия в советах музеев*»). Прагматические средства лимитированы метафорами: «*The next president stands to hold profound sway over its cultural agenda*» [Ibidem]. / «*Следующему президенту предстоит оказывать глубокое влияние на включение в повестку дня вопросов культуры*». «*Clinton said: "I believe that the arts and culture are important in their own right, but they are also important drivers for economic growth, tourism [and] attracting young people"*» [Ibidem]. / «*Клинтон заявила: "Искусство и культура важны сами по себе, но они также ведут к экономическому росту, развитию туризма, привлечению молодежи"*». Стремясь сохранить объективность, автор тем не менее приходит к выводу в отношении Трампа: «*is unlikely... to pull down the US's cultural infrastructure single-handedly*» [Ibidem] / «*не похоже, что Трампу удастся вытянуть культурную инфраструктуру США в одиночку*».

Для политического дискурса характерна метафора спора или войны. В газетном материале по итогам результатов президентских выборов в США Джейвьер Пес и Джулии Мишальска [6] развернутая метафора войны включает эпитет «*unsuccessful campaign*» / «*безуспешная кампания*», перифразы «*rival*» / «*противник*», «*the property developer*» / «*торговец недвижимостью*», «*outsider*» / «*человек не нашего круга*». Подчеркивается противопоставление значительной поддержки со стороны художников кандидата Х. Клинтон и отсутствие их благосклонности к кандидату Д. Трампу: «*Leading artists raised millions for Hillary Clinton's unsuccessful campaign to become the first female US President while her rival, the republican nominee Donald Trump, found little favour with the art world*» [Ibidem]. / «*Ведущие художники собрали миллионы долларов на провальную кампанию Х. Клинтон по избранию первой женщины на пост президента США, в то время как ее соперник республиканский кандидат Д. Трамп не снискал поддержки в мире искусства*». В этом противопоставлении звучит нескрываемая досада авторов по поводу результатов выборов. И. Г. Атрощенко подчеркивает, что Э. Бенвенист понимал дискурс как «некоторую характеристику речи, присваиваемой говорящим», и именно он ввел понятие человека, оставляющего свои индивидуальные следы в высказывании [1, с. 27]. Отражение общего настроения уныния выражено персонификацией [6]: «*the Statue of Liberty weeping*» / «*плачущая Статуя Свободы*», употреблением медицинских терминов: «*idiocracy*» / «*идиосинкразия*», «*catatonic with shock*» / «*в ступоре*», эпитетами с отрицательной коннотацией: «*ludicrous Trump*» / «*смешной, нелепый Трамп*», «*out-of-control, backward looking masculinity*» / «*не контролирующийся себя, смотрящий в прошлое мужлан*», «*a rock-and-roll candidate*» / «*кандидат-рокнрольщик*» с «*primal appeal*» / «*с первобытными воззваниями*», «*populist terms that are clearly racist and misogynistic*» / «*популистскими предложениями, которые носят откровенно расистский и женоненавистнический характер*». Цельности образа способствует сравнение «*Like a classic rock star he was unpredictable, charismatic and broke taboos... like many rockers of his generation Trump has antiquated views and behaviour towards women*» [Ibidem]. / «*Как классическая рок-звезда он бывал непредсказуем, харизматичен и нарушал табу, как многие рокеры своего времени, Трамп обладает устаревшими взглядами на женщин и обращение с ними*». Художественная прецедентность противопоставляется голому расчету: это кандидат «*with unprecedented narcissism and zero experience as a public servant*» [Ibidem] / «*с беспрецедентным нарциссизмом и нулевым опытом в качестве народного слуги*». Кластерное употребление стилистических средств изящно дополнено иронией. Художник из Нью-Йорка Пабло Хелгуэра не знает, как сообщить о результатах выборов маленькой дочке, которая мечтала,

чтобы женщина стала президентом: «*Ironically, the relevance and urgency for art is greater than ever*» [Ibidem]. / «По иронии судьбы [мне, как никогда до этого] требуется проявить все свое искусство [чтобы разъярить ребенку ситуацию]». Британский художник Дэйвид Шригги разместил в *Instagram* вид яблочного пирога, украшенного черепом. Ирония, видимо, заключается в прецедентной соотнесенности с идиоматическим выражением «*in apple pie order*» / «все в полном порядке». Череп как раз и означает, что с таким президентом скорее ожидать конца света. Авторы статьи дали убийственную характеристику вновь избранному президенту, время покажет, насколько они правы.

Брендон Гросвенор, специалист по истории искусств, продаже картин и радиоведущий, поднимает вопрос предстоящих потерь британских аукционов в результате выхода Британии из Евросоюза [5]. Сдержанным тоном исследователя он констатирует, что Брекзит изменит все: политику, экономику, менталитет, искусство, как оно будет организовано, распределяться и продаваться. Автор деликатно извиняется за утилитарность [Ibidem]: «*It all comes down to money*» / «все сводится к деньгам». Значение когнитивной метафоры раскрывается через эпитеты «*the precipitous falls in the pound*» / «стремительное падение фунта», метафоры «*a period of... contraction lies ahead*» / «впереди время затягивания поясов», «*arts institutions will come under funding pressure*» / «институты искусства попадут под финансовый пресс». Вывод заключается в метафоре «*It will take years of hesitancy to extract ourselves from the European Union*» / «Потребуется годы колебаний, чтобы вырваться из Европейского Союза». Перифраза «*culturati*» подразумевает людей искусства, культуры, но главным образом чиновников от культуры, в которых автор не видит вершителей судьбоносных решений. Он с горечью предупреждает, что споры о приоритетности затрат в искусстве «*instrumental*» versus «*intrinsic*», то есть на расходные материалы или на суть художественного развития, исчезнут как «*quaint reminders of indulgent times*» / «причудливые напоминания о тучных годах». Изящный слог подкрепляется культурологической метафорой: «*Art is a good hedge and can be sold easily around the world in different currencies*» [Ibidem]. Предмет искусства сравнивается с изгородью из растений, надежно оберегающей классический английский дом. Авторская озабоченность выражается рогативом: «*Will free museum entry survive?*» [Ibidem] / «Сохранится ли бесплатный вход в музеи?». Эпитет «*On the silver-lining principle, the weaker pound may provide some short-term comfort*» восходит к пословице «*Every cloud has a silver lining*» / «Нем худа без добра». Прецедентность в данном случае означает, что изначально похудевший фунт принесет прибыль, Британия станет более привлекательной для туристов. Несмотря на кажущуюся мягкость прогноза, автор уверен в ухудшении ситуации на рынке искусства в Британии: «*I fear art dealers will come a long way down the list*» [Ibidem]. / «Маклерам от искусства не удастся преуспеть», «*London's pre-eminent position as a centre of global finance is threatened*» [Ibidem]. / «Превосходящее положение Лондона как центра мировых финансов испытывает угрозу». Подкупают деликатность и мудрость автора: «*In my experience, people only buy art when the world is a prosperous and stable place – and after they've paid off the mortgage, the school fees, and bought the second car*» [Ibidem].

Таким образом, в политическом дискурсе, адресованном людям искусства, типичные клише и прагматические приемы журналистов дополняются средствами, источниками образности которых выступают различные сферы искусства: имена художников (*Хогарт, Тернер*), выбор слов с легко раскрываемым культурологическим кодом (*hedge, silver lining, the Statue of Liberty*), образование стилистических приемов на базе различных художественных образов (*like a classic rock star, with unprecedented narcissism*).

Список литературы

1. Атрощенко И. Г. Анализ определения понятия «дискурс» в современной лингвистике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 12 (54): в 4-х ч. Ч. 1. С. 26-31.
2. Кириллова Л. Е. Термин «дискурс» как номинация комплекса представлений // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2015. № 11 (53): в 3-х ч. Ч. 1. С. 97-100.
3. Павленко Л. Г. Развитие рекламных компонентов предтекста газетного материала (на примере английской прессы) // Лингвистическая креативность рекламного дискурса / коллектив авторов: Жуковская Н. В., Щитова Н. Г., Кликушина Т. Г., Павленко Л. Г., Демонова Ю. М., Минка А. Н., Полякова Е. В. Таганрог: Типография С. А. Ступина, 2016. С. 96-117.
4. Duray D. Would Clinton or Trump be better for the arts? (нешла) [Электронный ресурс]. URL: <http://theartnewspaper.com/news/news/would-clinton-or-trump-be-better-for-the-arts?> (дата обращения: 01.11.2016).
5. Grosvenor B. Brexit: "We have chosen the way of Hogarth over Turner" [Электронный ресурс]. URL: <http://theartnewspaper.com/comment/comment/brexit-we-have-chosen-the-way-of-hogarth-over-turner/> (дата обращения: 27.06.2016).
6. Pes J., Mishalska J. Artists express dismay at Donald Trump's US election victory [Электронный ресурс]. URL: <http://theartnewspaper.com/news/news/artists-express-dismay-at-do> (дата обращения: 09.11.2016).

ART AS A SOURCE OF PRAGMATICS IN THE ENGLISH POLITICAL DISCOURSE

Pavlenko Larisa Gennadijevna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Taganrog Institute named after A. P. Chekhov (Branch) of Rostov State University of Economics
repack_ufo@repack.ru

Political discourse in art criticism periodicals is close to the addressee through a variety of pragmatic (including stylistic) means, a source of imagery in which are various aspects of art. By the example of the analysis of the newspaper materials from «The Art Newspaper» the article illustrates how political discourse codes are intertwined with the codes of pragmatic means ascending to art.

Key words and phrases: addresser; addressee; discourse; pragmatic; perlocutionary effect.