



## Примечания

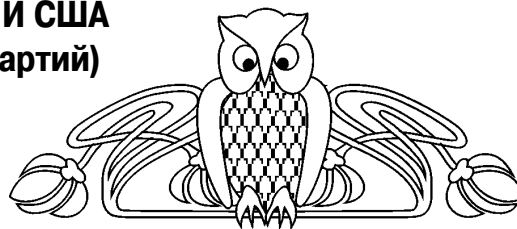
- 1 См.: *Кормилицына М.А.* Некоторые итоги исследования процессов, происходящих в языке современных газет // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2008. № 8. С. 13.
- 2 *Brown P., Levinson S.* Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge, 1987.
- 3 См.: *Колтунова М.В.* Конвенции как прагматический фактор делового диалогического общения. М., 2005.
- 4 См.: *Формановская Н.И.* Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты. М., 1987.
- 5 См.: *Гольдин В.Е.* Обращение: теоретические проблемы. Саратов, 1987.
- 6 См.: *Рисинзон С.А.* Этикетная рамка русских и английских ток-шоу // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. М., 2008 (в печати).
- 7 См.: *Якобсон Р.* Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975. С. 198.
- 8 См.: *Формановская Н.И.* Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. М., 1998. С. 265.
- 9 *Михальская А.К.* Основы риторики: Мысль и слово. М., 1996. С. 80.
- 10 См.: Там же. С. 78.
- 11 Дискурсивные слова: опыт контекстно-семантического описания. М., 1998.
- 12 *Сиротинина О.Б.* Дискурсивные слова и их отношение к пунктуационной системе русского языка // Исследования по семантике. Уфа, 2008. С. 476.
- 13 См.: *Формановская Н.И.* Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. М., 2007. С. 418.
- 14 См.: *Сиротинина О.Б.* Характеристика типов речевой культуры в сфере действия литературного языка // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2003. № 2. С. 3.
- 15 *Вепрева И.Т.* Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург, 2002; *Кормилицына М.А.* Рефлексивы в речевой коммуникации // Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2000. С. 20.
- 16 *Костомаров В.Г.* Наш язык в действии. М., 2005.
- 17 *House J., Kasper G.* Politeness markers in English and German // Conversational routine. The Hague, 1981. P. 157; *Brown P., Lewinson S.* Op. cit.
- 18 *Grice H.* Logic and conversation // Syntax and Semantics 3. Speech Acts. N.Y., 1975. P. 41.

УДК 811.161.1.272+811.111.272

## ДИАЛОГ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В РОССИИ И США (на материале предвыборных программ партий)

Т.В. Харламова

Саратовский государственный университет,  
кафедра английской филологии  
E-mail: kharlamovtv@yandex.ru



Статья посвящена изучению функционирования вербальных средств, которые способствуют осуществлению диалога между властными структурами и обществом, и анализу сходств и различий в выборе средств взаимодействия и стратегий общения в российском и американском политическом дискурсах.

**Ключевые слова:** политический дискурс, текст, диалог, власть, общество, разговорность, стратегия близости.

### The Society-Government Dialogue in Russia and the US (on the Materials of Political Parties' Election Programs)

T.V. Kharlamova

The article covers the issues of functioning of verbal means which contribute to further interaction between authorities and society and gives an overview of commonalities and differences in the means of interaction and communication strategies in Russian and American political discourse.

**Key words:** political discourse, text, dialogue, power, society, conversationalism, the strategy of closeness.

В каждом обществе власть стремится выстроить определенные отношения с социумом, устанавливая модель власти, механизмы взаимодействия, дистанцию общения, свое отношение

к народу и т.п. В задачи демократической власти входит установление диалога между институтами власти и обществом и его представителями. Власть декларирует прозрачность своих структур и намерений, доступность и открытость к взаимодействию с народом, заботу о населении и готовность прислушаться к общественному мнению.

В России отношение граждан к власти, структура и качество самой власти являются одними из центральных вопросов политического развития. Более того, взаимоотношения власти и общества складываются не просто и неоднозначно. По мнению Е.Б. Шестопаля, «главное отличие нынешней ситуации от ситуации, характерной для традиционной политической культуры России, состоит в том, что власть сегодня не может рассчитывать исключительно на силовые приемы. Сегодня власть хочет нравиться народу. С приходом новых коммуникационных технологий появились и новые требования к власти, новые технологии завоевания власти, и все они основаны на политико-психологических закономерностях восприятия власти гражданами»<sup>1</sup>.

Проведенное исследование базируется на анализе текстов предвыборных программ 2007 г.



четырёх партий РФ («Единая Россия», ЛДПР, КПРФ, «Справедливая Россия»), вошедших в Государственную думу РФ, законодательный орган власти РФ, а также текстов предвыборной политической программы Республиканской и Демократической партий США 2008 г. В задачи исследования входит выделение прямых или косвенных средств, направленных на осуществление диалога между властью и обществом или интерпретацию взаимоотношений между их представителями.

Взаимодействие власти и общества может проявляться на разных уровнях, в том числе и на вербальном. В данной статье особое внимание уделяется средствам реализации диалогизации текста и их роли в осуществлении диалога между властью и обществом в современном политическом дискурсивном пространстве России и США, а также средствам самопрезентации.

По мнению Е.И. Шейгал и П. Канчани, противопоставление «свои – чужие» является базовой семиотической оппозицией политического дискурса. Данная оппозиция играет ведущую роль в формировании ориентационного пространства ПД и является средством идентификации и репрезентации агентов политики, а также интеграции «своих» и борьбы против «чужих» (агональности)<sup>2</sup>. Так как основная функция политического дискурса – борьба за власть и ее удержание<sup>3</sup>, это предполагает непосредственное взаимодействие власти с обществом. Если речь идет о предвыборной программе партии, то особое значение приобретает налаживание контакта с электоратом и его убеждение в необходимости голосовать за данную партию и ее представителей.

Диалогизацию текста можно рассматривать в качестве категории, реализующей оппозицию «свои – чужие» и имеющей двусторонний характер (адресант – адресат). Двуначалие политической программы, которое может проследиваться на коммуникативно-прагматической оси «партия – народ» или «партия – оппозиция», обнаруживается в одних программах достаточно ярко, в других – практически стирается. Причины этого следует искать в общественно-политической ситуации в стране, а также в характере типа взаимоотношений с обществом, который выбирается партией.

Среди средств диалогизации выделяют: вопросно-ответные комплексы; различные обращения к читателю; приобщение его к совместному размышлению, действию; различные формы выражения побуждения; способы выражения предписания, рекомендации, прямо направленные на читателя; экспликации предполагаемых реакций читателя на сообщаемое автором и др.<sup>4</sup>

Средства диалогизации подразделяются на адресатные и адресантные<sup>5</sup>. К основным адресатным синтаксическим средствам, реализующим диалогизацию текста, можно отнести: обращения, вопросно-ответные комплексы, риторические вопросы, побудительные предложения

высказывания, высказывания с местоимениями 2-го лица и глаголами 2-го лица, оценочные и эмоционально-оценочные адресатные высказывания, оценочные высказывания с адресатными элементами метатекста, высказывания с вводными словами в форме глаголов 2-го лица и вводными конструкциями, включающими глагол 2-го лица. Основными адресантными синтаксическими средствами являются: высказывания с личными местоимениями 1-го лица и глаголами 1-го лица, оценочные и эмоционально-оценочные адресантные высказывания, оценочные высказывания с адресантными элементами метатекста.

В ходе исследования было проанализировано, как средства диалогизации представлены в текстах предвыборных политических программ российских и американских партий.

При анализе предвыборной программы партии «Единая Россия» было выявлено, что прямые средства диалогизации текста встречаются в небольшом количестве.

Одно из средств диалогизации, к которому прибегают в программе, – это личное местоимение *мы*, которое используется:

1) для самоидентификации партии (*Мы будем и дальше укреплять экономические и правовые заградительные барьеры на пути неэффективного использования природных богатств России; Мы строим..., Мы добьемся..., Мы считаем..., Мы убеждены..., Мы будем и дальше развивать... и т.п.*). Местоимение *мы* в данном значении встречается на протяжении всего текста программы.

Как справедливо пишет О.Ю. Малинова, «официальные документы (равно как и выступления партийных лидеров и идеологов) могут быть прочитаны как тексты, которые не только сообщают о целях и задачах политической организации, но и несут прямую и косвенную информацию о различных качествах и характеристиках, присущих «нам» (лидерам, членам, сторонникам партии) и «им» (ее противникам и даже врагам)»<sup>6</sup>.

Интересен тот факт, что лидеры данной партии не ставят перед собой задачу создать круг «чужих», так как они чувствуют свою силу и свое численное превосходство над представителями какой-либо другой партии. В тексте отсутствуют противопоставления *мы – они*, конструкций типа «не..., а...» и синонимы и антонимы для описания своих достоинств и недостатков противников. Причина кроется в политической ситуации в стране данного периода, когда в предвыборной гонке фактически не было серьезного конкурента данной партии.

Такой перекокс подчеркивает «основную идею самоидентификации, вытекающей из новой программы «Единой России»: **“мы – те, кто поддерживает Путина”**. Мы – партия большинства, мы сильные, ответственные и знаем, как надо действовать». По мнению О.Ю. Малиновой, такая программа «хорошо решала бы задачу самопрезентации в однопартийной системе, где в прин-



ципе не возникает потребности позиционировать себя относительно «них» (внутри своей страны)»<sup>7</sup>.

Сходная ситуация наблюдается и при анализе предвыборной программы Республиканской партии США, когда партия полностью игнорирует своего оппонента Демократическую партию и стремится максимально полно представить свои достижения и успехи: *We respect..., We urge..., We believe..., We demand..., We support..., We oppose..., We call for...*

Можно сделать вывод, что это определенная стратегия, которой придерживается партия власти, – обозначить существование лишь своей партии на политическом пространстве страны, не оставив места для своих оппонентов;

2) для выражения общности интересов членов партии и народа (*Россия, которую мы выбираем* (подразумевается с вами), – это сильно демократическое, социально ориентированное государство.). Данное значение встречается крайне редко, но может реализовываться и другими средствами. Партия позиционирует себя как *общественная сила*, и данная номинация является еще одним косвенным маркером совместности, объединяя партию власти и общество в единое целое. Идея совместности реализуется с помощью и таких номинаций как *единый* (свод законов, *Единая Россия*), *объединенные* (интересы), *объединение* (граждан), *единство* (государства, культурного и информационного пространства *России, страны*).

Следует отметить, что программам всех партий (и российских, и американских) в целом присуща эксплицитная антропоцентричность (термин Н.И. Белуновой): в центре внимания – человек со своими нуждами и проблемами, партия же выступает в роли защитницы интересов граждан и гаранта их прав и свобод. Программа партии нацелена не только на массового, но и на единичного адресата, не только на разные слои населения, но и на отдельных их представителей.

Данная тенденция проявляется с помощью лексем, обозначающих:

– массового адресата (*общество, нынешнее и будущее поколения россиян, народ, население, избиратели, American people, American families, citizens* и т.п.);

– различные слои населения (*пенсионеры, люди с ограниченными возможностями, молодежь, педагогические и научно-педагогические работники*, т.п.);

– индивидуального адресата (*каждый гражданин РФ, каждый человек, каждый молодой человек, личный, every worker, every child, every American, everyone* и т.п.).

Преобладание того или иного типа номинаций расставляет акцент в политической программе. Так, в программе Республиканской партии США основной акцент сделан на массового адресата (наиболее частотными являются номинации типа *Americans, American families, citizens*),

в программе Демократической партии США в центре внимания – индивидуальный адресат (в тексте программы данной партии номинация *every* употребляется 58 раз, тогда как у их оппонентов-республиканцев – лишь один раз).

Текстовые фрагменты могут быть построены не только на том или ином типе номинаций, но и на их сочетании, что создает эффект многомерности адресата: *Мы строим общество обеспеченных и уверенных в своем будущем людей, укореняем в нем психологию личного успеха и исторического успеха всего народа; Заработная плата ученого, учителя, врача, работника культуры обеспечит ему и его семье достойную жизнь; Мы не обещаем в одночасье осчастливить всех. Но мы создадим такие условия, при которых каждый гражданин страны сможет выстроить свою успешную судьбу, обеспечить благосостояние себе и своей семье* («Единая Россия»).

При анализе текста программы партии «Единая Россия» было выявлено, что использование прямых средств диалогизации сведено к минимуму. В тексте программы проводится четкая грань между партией (*мы*) и народом (*население, избиратели, граждане* и т.п.), сохраняется дистанция между партийными представителями и обществом, и лишь в завершение звучит призыв об объединении партии и граждан России, в котором функционирует лексема совместности (*вместе с нами*): *Мы призываем всех, кому дорого Отечество, быть вместе с нами в рядах тех, кто строит сильную, процветающую, великую Россию – страну исторического успеха!* Сходная тенденция наблюдается и в программе Республиканской партии США.

Анализ предвыборных программ партий «Справедливая Россия», КПРФ и ЛДПР при изучении данного аспекта привел к иным результатам.

Особое внимание в текстах программ данных партий уделяется реализации стратегии близости к адресату. Так, программа «Справедливой России» начинается с прямого обращения лидера партии С. Миронова к избирателям: *Дорогие сограждане!*, в котором также прослеживается значение совместности (приставка *со-*).

В тексте повышается доля местоимения *мы, наш* в значении совместности: *С нами вместе Предвыборную программу Партии «СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ» создавали сотни тысяч наших граждан: рабочие, предприниматели, военнослужащие, учителя, врачи, инженеры, ученые, студенты, пенсионеры, труженики села и работники культуры; Великая культура России – наше общее национальное достояние; Ежегодно нас становится на 700 тысяч меньше; Наша страна сталкивается с серьезными внешними угрозами; Наши пенсионеры заслужили глубокое уважение и достаток в старости; Мы – единый народ!*, а также грамматических форм непрямого императива (1 л. мн.ч.) со значением включения в сферу его действия



говорящего: *Вернем российскому образованию славу лучшего в мире!*

Результаты показали, что в тексте программы Демократической партии США используются сходные средства: лексемы совместности, инклюзивное *we* как показатель единства с представителями партии или народа: *We come together at a defining moment in the history of our nation – the nation that led the 20<sup>th</sup> century, built a thriving middle class, defeated fascism and communism, and provided bountiful opportunity to many. We Democrats have a special commitment to this promise of America; Our economy is struggling. Our planet is in peril.*

Использование лозунгов – одна из доминантных характеристик текста программы «Справедливой России» и КПРФ. Программы наполнены призывами к избирателям внести коррективы в существующее положение дел: *Наша цель – сделать жизнь справедливой! Добьемся справедливых отношений на рынке труда! Работающий человек не должен быть бедным! Программы социального жилья – в жизнь! Сохраним культурное достояние нации и передадим его будущим поколениям!* («Справедливая Россия»); *За власть трудового народа!* (КПРФ).

Текст программы ЛДПР представляет собой непрерывающийся диалог с избирателем, отчетливо прослеживается разговорная тональность. Наряду с перечисленными выше средствами появляется местоимение 2 л. мн. ч.: *ЛДПР – единственная народная партия, созданная «снизу», самими гражданами – Вами!*

Стратегия близости к адресату приводит к активизации в тексте риторической категории разговорности не только в прессе, как справедливо указывает О.Б. Сиротинина<sup>8</sup>, но и в политических документах. Как и в СМИ, в текстах программ прослеживаются такие средства реализации данной тенденции, как вопросно-ответные единства, прием нанизывания вопросов, риторические вопросы, короткие предложения, вводные, вставные и парцеллированные конструкции и др.<sup>9</sup>

В тексте программы ЛДПР активно функционируют вопросно-ответные единства, которые вовлекают адресата в живой диалог: *Что мы видим сегодня? У парламента давно нет ни решительности, ни взвешенности, ни перспективного плана действий; Какое будущее они готовят для наших детей?.. Новые гражданские войны и кровопролитные революции; Какие законы они смогут внести? Какие решения примут? Только те, что продиктуют им сверху! Только те, что хотят люди, которые дорожат заплатят!*

Нередко авторы прибегают к приему нанизывания вопросов, в тексте используется целый набор риторических вопросов: *Кого они победят? Сами себя? Как богачи могут написать законы против себя? Как они добровольно поделится с простыми людьми – теми, за чей счет они обогатились?; Но что толку? Почему население вымирает? Почему люди в большинстве регионов*

*не живут, а выживают, с трудом сводя концы с концами?*

Различного рода вопросы создают эффект публичного выступления, происходит имитация живого общения. Кроме того, это одно из эффективных средств воздействия на адресата.

Текст программ содержит значительное количество восклицательных предложений, которые также влияют на создание впечатление живого устного общения: *Именно молодым предстоит вывести Россию в число передовых стран мира! Мы будем добиваться неукоснительного исполнения закона, запрещающего совмещение бизнеса и государственной службы! Власть не должна стоять выше закона! Мы заставим власть работать на интересы граждан! Пенсия – не социальная подачка! Нельзя взваливать капитальный ремонт жилья на плечи граждан!* («Справедливая Россия»); *Партию делают личности, единомышленники, профессионалы, а не болтуны и перебежчики! Партию делают реальные дела, а не популистские лозунги!; В последнее время в нашей стране появилась новая «политическая мода» на объединение партий – как будто это изменит тех, кто объединяется! Сколько их было – фальшивых партийных слияний и фиктивных искусственных блоков!* (ЛДПР).

Среди синтаксических сигналов разговорности также встречаются короткие предложения и парцеллированные конструкции: *Отраслевая структура экономики устарела. Промышленная политика практически отсутствует* («Справедливая Россия»); *У России есть шанс для прорыва. Еще не весь экономический потенциал утрачен. Не все природные ресурсы вычерпаны. Не все научные школы свернуты. И есть главное – люди, способные мыслить и действовать, трудиться и побеждать. Люди, уставшие от безрадостной жизни. Жаждающие прорыва. Умеющие решать сложнейшие задачи. Готовые создавать новую процветающую Россию. Истинно единую и справедливую, а значит – социалистическую! Способные осознать, что величие и процветание Отечества возможно только на пути социалистического развития. Понять уже сейчас. Или чуть позже – на марше. Верша большие дела. Окунувшись в созидательный труд* (КПРФ), а также характерный для разговорной речи порядок слов: *Посмотрите последние рейтинги – приличные цифры только у партии власти и ЛДПР. Остальные набирают один процент, а часто и того меньше!* (ЛДПР).

В программе Демократической партии США отсутствуют такие синтаксические средства, как вопросно-ответные комплексы, риторические вопросы, восклицания, вводные и вставные конструкции, разные формы обращения к читателю. Эффект живого диалога с избирателем создается несколько иными средствами. Например, многие положения программы иллюстрируются зарисовками, цитатами из речи избирателей. Причем эти



иллюстрации не прописаны в основном тексте, а оформлены отдельно, вне основного текста.

В текстах программ партий присутствуют и знаки ориентации, которые включают реализацию не только компонента «свои», но и компонента «чужие». Интересно, что последний компонент может быть по-разному представлен в тексте программы.

1. Существует лишь косвенное указание «на них», однако сам агент не получает вербального выражения: *Партия не позволит унижать людей низкими зарплатами и будет содействовать формированию цивилизованных отношений на рынке труда; «СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ» требует прекратить обирать и унижать старшее поколение! По данным Роспатента, сегодня у нас в стране регистрируется изобретений в 10 раз меньше, чем в советский период, прежде всего из-за того, что интеллектуальная собственность в России защищена крайне слабо («Справедливая Россия»).*

2. В роли «обвиняемого» выступает:

– нынешнее правительство, государство и различные механизмы, существующие в нем: *Государство утратило контроль над соотношением стоимости медикаментов и платежеспособности населения, за оборотом и качеством лекарственных средств; Не мелочные подачки, а реальная поддержка – вот что нужно инвалидам от государства; Продолжается сокращение количества индивидуальных хозяйств, что свидетельствует о полном равнодушии государства к этой важнейшей форме сельского уклада жизни; Нынешнее пенсионное законодательство не справедливо и унижает человеческое достоинство; Но при нынешних механизмах решения жилищной проблемы 70% граждан никогда не смогут приобрести квартиру ни по льготной цене, ни по ипотеке («Справедливая Россия»); По Конституции власть в России принадлежит народу. На деле властвует союз «трех толстяков», «трех ненасытных глотков» – буржуя, бюрократа и бандита. Парламент, правительство и президент – лишь доверенные лица на службе этого союза (КПРФ);*

– другие партии, чужеродность которых подчеркивается местоимением *они*: *Потому что там главенствует безынициативная партия, которая привыкла ждать указаний «сверху». Они могут только поднимать руки на голосованиях, но сами не могут предложить ничего дельного; Самое опасное явление в парламенте – это оголтелая оппозиция, которая с пеной у рта оказывает сопротивление всем законопроектам, которые были внесены другими фракциями – даже хорошим, нужным и полезным (ЛДПР);*

– абстрактные понятия: *Бедность работающих людей и полное бесправие работников – вот что принес нам «дикий капитализм» («Справедливая Россия»).*

Нередко используются противопоставления, которые указывают на несправедливость суще-

ствующего порядка: *Земля должна объединять, а не разъединять людей; Государственный аппарат по-прежнему является закрытой корпорацией чиновников, озабоченных собственным благополучием, а не интересами людей («Справедливая Россия»); Правительство считает бедным каждого шестого жителя страны, международные организации – более половины населения (КПРФ).*

В программе Демократической партии США также четко очерчивается круг «своих» и «чужих». Основные упреки раздаются в адрес действующего президента и его администрации, к «чужим» причисляются: *our nation's leaders, this Administration, The Republican leadership, this President and his party* и др.

Анализ данных текстов показал, что в программе партии «Единая Россия» и Республиканской партии США широко представлены средства самопрезентации (которые реализуют первую часть оппозиции «свои – чужие»), тогда как знаки агональности, а именно средства для выражения второго компонента данной оппозиции, практически отсутствуют. Знаки интеграции, как правило, представлены незначительно.

В программах партий «Справедливая Россия», ЛДПР, КПРФ и Демократической партии США широко используются не только средства самопрезентации (которые реализуют первую часть оппозиции «свои – чужие»), но и знаки агональности, которые помогают адресату сориентироваться в современном политическом пространстве. Риторическая категория разговорности помогает интимизировать отношения с аудиторией и тем самым успешнее воздействовать на адресата.

Таким образом, можно сделать вывод, что партии, которые борются за власть (и в американском, и в российском политических дискурсах), активнее используют вербальные средства для установления диалога с избирателем, пытаются реализовать стратегию близости, создать эффект живого общения и установить непосредственный контакт с избирателем. Партия власти сконцентрирована на идее самопрезентации, уверена в своих силах и не намерена заигрывать с избирателем.

*Работа выполнена при поддержке гранта 2.2.2.2/456 «Правящий класс в современной России: традиции, мифы и доктрины власти» ведомственной аналитической целевой программы «Развитие научного потенциала высшей школы (2009–2010 годы)».*

#### Примечания

- 1 Психология восприятия власти / Под ред. Е.Б. Шестопал. Сер. Научные доклады. Вып. 1. М., 2002.
- 2 См.: Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М., 2004; Канчани П. Оппозиция «свои – чужие» как прагматическая доминанта политического дискурса: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2007.
- 3 См.: Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Учеб. пособие. М., 2006.



- 4 См.: Валгина Н.С. Теория текста: Учеб. пособие. М., 1998.
- 5 См.: Белунова Н.И. Дружеские письма творческой интеллигенции конца XIX – начала XX вв. (Жанр и текст писем). СПб., 2000.
- 6 Малинова О.Ю. Программы как средство самопрезентации политических партий (на примере «Единства» и «Отечества») // Психология восприятия власти / Под ред. Е.Б. Шестопаля. Сер. Научные доклады. Вып. 1. М., 2002.
- 7 Там же.
- 8 См.: Сиротинина О.Б. Современный публицистический стиль русского языка // Русистика. 1999. № 1–2. С. 5–18.
- 9 См.: Кормилицына М.А. Разговорность как реализация стратегии близости к адресату в современной прессе // Язык в движении: К 70-летию Л.П. Крысина / Отв. ред. Е.А. Земская, М.Л. Каленчук. М., 2007 (Studia philologica).

УДК 821.161.1–311.6.09:398.91 + 929 Полевой

## ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРК В ИСТОРИЧЕСКОМ РОМАНЕ Н.А. ПОЛЕВОГО «КЛЯТВА ПРИ ГРОБЕ ГОСПОДНЕМ»

М.А. Горбатов

Саратовский государственный университет  
кафедра истории русской литературы и фольклора  
E-mail: arctos@yandex.ru

Пословицы и поговорки в сконцентрированной форме выражают многовековую мудрость народа, его наблюдения над миром, окружающей природой и взаимоотношениями между людьми. Они запечатлели познавательный опыт народа, его морально-этические и нравственные идеалы. В статье представлено описание основных функций этих древнейших жанров фольклора в художественном пространстве исторического романа Н.А. Полевого.

**Ключевые слова:** пословицы, поговорки, фольклор, исторический роман, речевая характеристика.

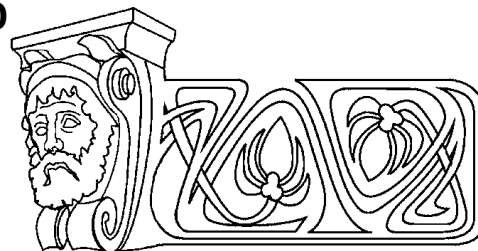
### Proverbs' and Sayings' Functioning in the Historic Novel by N.A. Polevoi «The Oath at the Holy Sepulcher»

М.А. Gorbатов

Proverbs and sayings express in condensed form centuries-old popular wisdom, people's observations on visual environment, interpersonal relations. They store cognitive experience of a people, express people's mentality and moral norms. The article describes the functioning of these oldest folkloric genres in the historical novel by N.A. Polevoi.

**Key words:** proverbs and sayings, folklore, historical novel, speech characteristic.

Интерес к событиям прошлого, стремление понять современность на основе уроков и примеров истории во многом объясняют и определяют ведущую роль исторического романа в 1830-е гг. Для отечественной литературы была открыта поэзия национально-исторического повествования, в котором «голос народов и владык должен греметь из глубины минувшего»<sup>1</sup>. Обращение к родной старине и воскрешение ее как предмета художественного отражения получили в новом литературном движении определяющее значение. Самое развитие литературы тогда начали связы-



вать с освоением национального материала. «Русская история, русская старина не только могут быть источником поэтических созданий и романов исторических, – писал Н. Полевой, – но, может быть, их должно почтить одним из богатейших источников для поэта и романиста»<sup>2</sup>.

Внимание исследователей уделяется преимущественно оценке вклада Н. Полевого в развитие исторической науки<sup>3</sup>, его восприятию специфики исторического романа<sup>4</sup>. Однако фольклорные жанры в «Клятве при Гробе Господнем» до настоящего времени не становились объектом специального изучения, хотя в этом историческом романе они широко представлены: автор обращается к пословицам, поговоркам. В нем также присутствуют лирические песни, былины, сказки, поверья, суверия, слухи, легенды, предания. Писатель нередко цитирует почти целые тексты; иногда фольклорные мотивы и образы как бы «вплываются» в ткань авторского повествования. Элементы этих жанров создают особый колорит исторической эпохи, характеризуют национальную культуру.

Выделение пословиц и поговорок в качестве объекта исследования нам кажется целесообразным по нескольким причинам. Во-первых, это тот материал, который встречается на протяжении всего текста (около 100 случаев употребления). Во-вторых, пословицы и поговорки содержат житейскую мудрость, поэтому более непосредственно, чем другие проявления фольклорной традиции, определяют сознание персонажей, их нравственные ценности и жизненные позиции, мотивы их поступков. В данном случае важен тот факт, что «принимающим» текстом является исторический роман. Имеет значение и то, на каком уровне художественной структуры исторического повествования наиболее активно происходит