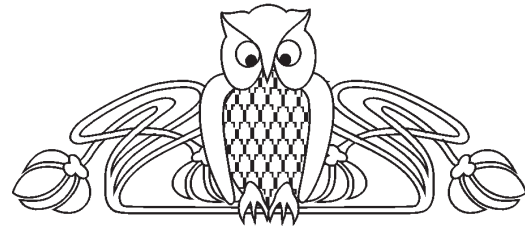




- <sup>11</sup> См.: Кубрякова Е. Виды пространств текста и дискурса // Категоризация мира : пространство и время : материалы науч. конф. / под ред. Е. Кубряковой, О. Александровой. М., 1997. С. 15–25.
- <sup>12</sup> О полисубъектности политического дискурса пишет О. Михалева, предлагающая различать Субъекта политического действия-1 (Адресант), Субъекта политического действия-2 (Прямой адресат) и Субъекта политического действия-3 (Адресат-наблюдатель). См. подробнее: Михалева О. Указ. соч. С. 72.
- <sup>13</sup> См. подробнее: Ларионова М. Испанский газетно-публицистический дискурс : искусство информации или мастерство манипуляции? М., 2015. С. 31–40.
- <sup>14</sup> См.: Волкогонов Д. Психологическая война. М., 1983.
- <sup>15</sup> См.: Бессонов Б. Пропаганда и манипуляция // Реклама : внушение и манипуляция : Медиа-ориентированный подход : учеб. пособие / ред.-сост. Д. Я. Райгородский. М., 2001. С. 703–725.
- <sup>16</sup> См.: Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М., 2003.
- <sup>17</sup> См.: Доценко М. Психология манипуляции. М., 2001.
- <sup>18</sup> См.: Михалева О. Указ. соч.
- <sup>19</sup> См. подробнее: Ларионова М. Указ. соч. С. 47–51.
- <sup>20</sup> Карасик В. Языковая кристаллизация смысла. М., 2010. С. 108.
- <sup>21</sup> См. подробнее: Грайс П. Указ. соч. С. 220.

УДК 811.111(411)42+811.152.2'42

## КОММУНИКАТИВНО-РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ШОТЛАНДСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ (на материале региональных аналитических блогов и новостных сайтов)



Н. С. Ширяев

Саратовский государственный университет  
E-mail: shiryaevn91@gmail.com

В статье выделяются основные стратегии репрезентации шотландской национальной идентичности, выявляется их историческая обусловленность и отображается их связь с актуальными общемировыми политическими тенденциями.

**Ключевые слова:** Шотландия, Великобритания, дискурс, коммуникация, стратегия, тактика.

**Communicative and Speech Strategies of Representing  
Scottish National Identity (on the Material of the Regional  
Analytical Blogs and News Websites)**

N. S. Shiryayev

The author of the article singles out the main strategies of representing Scottish national identity, identifies their historical determination, and presents their link with current world-wide political trends.

**Key words:** Scotland, UK, discourse, communication, strategy, tactics.

DOI: 10.18500/1817-7115-2015-15-4-114-117

В последнее время в мире активно проявляются две противоположные тенденции: во-первых, стремление наций к взаимной интеграции и включению в крупные межгосударственные образования, а во-вторых – движение в сторону культурной и политической самостоятельности. Тенденции эти связаны, прежде всего, с «процессами глобализации, предопределяющими, с одной стороны, унификацию культуры, с другой – стремление к национальной идентификации»<sup>1</sup>.

Упомянутые тенденции проявляются особенно ярко в поликультурных обществах, изна-

чально предполагающих сосуществование разных национально-культурных групп. К примеру, в таких государствах, как Канада, Великобритания, Испания, Бельгия, существуют различного рода организации и политические партии, выступающие за расширение прав этнических меньшинств, в некоторых случаях – вплоть до предоставления национального суверенитета областям, традиционно ассоциирующимся с тем или иным этносом.

Деятельность подобных организаций направлена на то, чтобы привлечь в свои ряды новых членов, а также убедить население той или иной территории в эффективности своей программы. Для достижения этих целей задействуется множество ресурсов, в первую очередь средства массовой информации и Интернет.

Материалом нашего исследования служат англоязычные тексты с сайтов новостных изданий, а также из аналитических блогов, посвященных проблемам автономии и независимости Шотландии<sup>2</sup>.

Как известно, 18 сентября 2014 г. в Шотландии по инициативе Шотландской национальной партии прошёл референдум о независимости, который мог бы позволить Шотландии весной 2016 г. отделиться от Великобритании. Референдуму предшествовала семилетняя агитационная кампания. В итоге с минимальным преимуществом победили противники выхода из состава Соединённого Королевства, набравшие порядка 55% от общего числа голосов, и хотя сторонники независимости проиграли, они, тем не менее, набрали 44,7% голосов – почти половину<sup>3</sup>.

В связи с этим большой интерес представляет изучение тех коммуникативно-речевых средств, с помощью которых сторонники независимости



Шотландии стремятся реализовать свою основную цель – выход из состава Соединённого Королевства. Для достижения этой цели они должны в первую очередь доказать, что Шотландия – страна, отдельная от Англии, а её жители – не британцы или англичане, а именно шотландцы. Утверждение отдельности Шотландии, её инаковости неразрывно связано с другой задачей – доказательством того, что Шотландия достойна быть субъектом международного права и полноправным членом международных организаций, прежде всего Евросоюза.

Исторически сложилось так, что стратегии, используемые для решения этих двух задач, основываются, во-первых, на противопоставлении Шотландии и Англии, во-вторых – на сопоставлении Шотландии и Европы. С завоевания Британии германскими племенами существовала постоянная конкуренция сначала между кельтами и германцами, а затем между Шотландией и Англией. После подписания в 1707 г. англо-шотландской унии, объединившей английское и шотландское королевства в единое государство, эта конкуренция перестала быть столь явной, но не исчезла. В критические моменты Шотландия всегда обращалась за помощью к странам континентальной Европы, прежде всего к Франции. Предполагалось, что в случае отделения от Великобритании в 2016 г. Шотландия сразу же вступит в Евросоюз<sup>4</sup>. В проанализированном нами материале чаще всего применяются **стратегии самопрезентации, дискредитации и аргументации**<sup>5</sup>. Приведём некоторые примеры.

**Стратегия самопрезентации** подразумевает констатацию факта существования национальной общности, а также её позиционирование в политическом пространстве. Одной из главных относящихся к ней тактик является **тактика противопоставления «своих» и «чужих»**. Основным средством выражения оппозиции «свои – чужие» в анализируемом материале являются этнонимы и топонимы. Для обозначения «своих» – шотландцев – используются этнонимы *the Scottish, Scots, Scotsmen* и топоним *Scotland*. В качестве «чужих» выступают британцы в целом и особенно англичане как учредители Соединённого Королевства. В первом случае «чужие» обозначаются с помощью этнонимов *the British, Brits* и топонимов *the UK, Britain, Great Britain*; во втором случае – с помощью этнонима *the English* и топонима *England*. При этом активно используется **тактика выгодного сравнения** – сопоставление «своих» и «чужих» в аспекте, выгодном для «своих». Всё «чужое», т. е. английское, наделяется отрицательными коннотациями, а «своё», т. е. шотландское, – положительными. Это происходит за счёт как широкого контекста, так и тех лексических единиц, которые входят в непосредственное окружение этнонимов и топонимов. При этом сосредоточить внимание на «своих» помогает **тактика эксклюзивности**, ещё

более усиливающая положительную оценочность всего шотландского. Средствами её реализации выступают, прежде всего, прилагательные в сравнительной и превосходной степенях.

Понятие «чужие» нередко репрезентируется также такими топонимами, как *London* и *Westminster*. Являясь широко известными не только в Великобритании, но и за её пределами, эти топонимы способны передавать не только географическую, но и историческую, социально-культурную и политическую информацию. Лондон – это политический центр, отвечающий за управление всем Соединённым Королевством. Вестминстер – это район, где располагается Парламент Соединённого Королевства, заседающий в Вестминстерском дворце. По мнению сторонников независимости Шотландии, британский парламент принимает исключительно проанглийские законы:

*In this way, the arms-length control of the political centre (London) will be consolidated as Scottish civic institutions are locked into Westminster-imposed cuts.*

В приведённом примере негативно окрашенный эпитет *arms-length* подразумевает широту полномочий политического центра, одним из следствий которой является финансовое давление на шотландские гражданские институты. Эта же мысль усиливается с помощью употребления таких сочетаний, как *Westminster-imposed, to be locked into*, также имеющих выраженную отрицательную оценочность.

Помимо этнонимов и топонимов, для обозначения «своих» и «чужих» используются дейктические элементы первого и третьего лица, чаще всего *we, they, our, their*. Как и в случае с топонимами, дейктические элементы первого лица наделяются положительной оценочностью, а третьего – отрицательной<sup>6</sup>. Использование дейктических элементов первого лица характерно также для **тактики солидаризации**, подразумевающей выражение единства сторонников независимости с адресатом.

Все три упомянутые тактики направлены как на внутреннего адресата – собственно шотландцев, так и на внешнего – граждан других стран. Однако выбор средств реализации тактики противопоставления «своих» и «чужих» и тактики выгодного сравнения не зависит от типа адресата, тогда как для тактики солидаризации тип адресата оказывается существенным. Дейктические элементы первого лица используются в случае солидаризации сторонников независимости Шотландии с остальными шотландцами. Тогда же употребляются такие сочетания, как *Scottish people, fellow Scots, our country* и т. д. Тем не менее, распространена солидаризация со странами континентальной Европы, реализующаяся упоминанием Шотландии в одном контексте с Европой и Евросоюзом, а также солидаризация с другими кельтскими частями Соединённого Королевства: Северной Ирландией и Уэльсом, реализующая-



ся, прежде всего, с помощью рядов однородных членов: *Scotland, Wales and Northern Ireland* или *the Scots, Welsh and Northern Irish*. Таким образом, Уэльс и Северная Ирландия вместе с остальной Европой оказываются среди «своих».

В качестве противоположной тактики выступает **тактика дистанцирования**. Её суть состоит в том, чтобы показать отсутствие связи между «своими» и «чужими». Средствами реализации данной тактики являются такие служебные слова, как *while* (как синоним *although*), *despite*, *rather than*, а также прилагательные *alternative*, *different*. Они позволяют не столько напрямую противопоставить «своих» и «чужих», сколько акцентировать внимание на различиях в их политических установках. Выбор средств реализации данной тактики не зависит от адресата.

Со стратегией самопрезентации самым тесным образом связана **стратегия дискредитации**, направленная и на внутреннего, и на внешнего адресатов. В исследуемом нами материале обе стратегии в большинстве случаев реализуются одновременно. Наиболее распространённой тактикой, относящейся к стратегии дискредитации, является **тактика иллюстрирования отрицательного**. Она заключается в намеренном упоминании неудачных шагов, предпринятых «чужими», и их результатов. В нашем исследовании это действия правительства Соединённого Королевства, отрицательно сказавшиеся на жизни граждан всей страны, и в частности Шотландии.

Тактика иллюстрирования отрицательного реализуется путём активного использования отрицательно-оценочных словосочетаний: *government's failure*, *corporate-interest led discourse*, *divisive politics of the UK*, а также путём предоставления фактов, указывающих на несправедливость, неэффективность и необоснованность тех или иных действий британского правительства.

Ещё одной распространённой тактикой, относящейся к стратегии дискредитации, является **тактика обвинения**. Она реализуется, главным образом, с помощью употребления отрицательно-оценочных эпитетов, некоторые из которых принадлежат разговорному стилю: *democratically indefensible*, *UK's willing complicity in abuses*, *barbarically torture innocent civilians*, *arrogant cluelessness about Scottish politics*. При реализации тактики обвинения часто затрагиваются человеческие качества «чужих», а сами «чужие» изображаются как не имеющие права влиять на жизнь «своих».

В отличие от тактики обвинения, суть **тактики навешивания ярлыков** заключается в имплицитной дискредитации «чужих». Реализуется она путём использования отрицательно-оценочных слов и сочетаний, не направленных на «чужих» напрямую: *haunted by a museum-consciousness*, *show-case nationalisms*, *all-the-sameism*. Тот факт, что критикуются именно чужие, становится понятен из контекста.

К стратегии дискредитации, вероятно, можно отнести также случаи использования **иронии** и **сарказма**. В следующем примере ирония по поводу некомпетентности британского журналиста подкрепляется противопоставлением *Scottish – English*:

*We'll let Johann's rather shaky grasp of the UK and Scottish population sizes slide on this occasion – she taught English, not maths or geography.*

Анализ показал, что в качестве основания для противопоставления Шотландии и Англии выступают четыре основные сферы общественной жизни: политическая, социальная, экономическая и духовная. Критика Англии носит внешне аргументированный характер, приводится много фактов, но любое противопоставление Шотландии и Англии проводится неизбежно в пользу первой. В связи с этим большое значение имеет **стратегия аргументации**.

Наиболее часто проводится различие между шотландскими и британскими политическими курсами и практиками. Шотландия постоянно представляется как наиболее демократичная часть Соединённого Королевства, а в ряде случаев – даже Европы. Отсюда использование таких положительных эпитетов, как *great*, *vibrant*, *crucial*:

*This is a great time to live in Scotland. Our democracy is more vibrant than probably anywhere else in Europe.*

В свою очередь, всё, что связано с политическим устройством Соединённого Королевства, критикуется как иррациональное и ориентированное только на англичан, что является важным аргументом в пользу независимости Шотландии, которая должна стать полноправным членом международного сообщества. Отсюда важность **тактики указания на перспективу**, направленной прежде всего на внутреннего адресата – шотландцев:

*The best future for our country [is] for us to become a normal, independent nation.*

Как уже было упомянуто, шотландцы исторически склонны связывать свою жизнь с Европой. В связи с этим сдержанность политики Соединённого Королевства по отношению к Евросоюзу выступает в качестве дополнительного аргумента для критики. Отметим, что в ходе исследования были выделены контексты, в которых в соответствии с выбором европейской идентичности Шотландия противопоставляется США, выступающим в таких случаях союзником Великобритании.

Примечательно, что в исследуемом нами материале в том случае, когда речь идёт о британском парламенте, слово *Parliament* приобретает негативные коннотации и вступает в отношении контраста с таким словом, как *people*. В то же время данный контраст исчезает, когда в центре внимания оказывается шотландский парламент, который позиционируется как один из главных гарантов демократического устройства Шотландии и проводник политической воли народа.

Таким же образом различную оценочность может приобретать слово *state*. Британское го-



сударство представляется авторитарным; единая Великобритания – *the British State* – это то, от чего необходимо отделиться. В то же время, сочетаясь с прилагательным *Scottish*, слово *state* приобретает явно положительную оценочность.

В плане социального устройства Шотландия представляется как страна, где изначально созданы условия для установления справедливой социальной системы. Для реализации предполагаемых реформ остаётся добиться независимости или, по крайней мере, большей свободы от центрального правительства:

*Re-claiming our capacity to democratically organise social institutions in line with a conception of public good – reclaiming politics – is the only antidote to the depoliticising thrust of Anglo-liberal capitalism.*

В приведённом примере ясно говорится, что шотландцы способны организовать социальную сферу так, чтобы она наиболее полно отвечала их требованиям и не зависела от воли англичан. Такое сочетание, как *a conception of public good*, противопоставляется сочетанию *Anglo-liberal capitalism*. Сочетание *the depoliticising thrust of Anglo-liberal capitalism* является реализацией тактики иллюстрирования отрицательного.

Интересно, что в качестве дополнительного аргумента для критики в адрес правительства Великобритании выступает тот факт, что оно использует новые технологии во вред обществу, причём не только шотландскому, но и в целом британскому. Одновременно подчёркивается, что шотландцы считают необходимым использовать новые технологии для построения другого, более справедливого общества, в чём находит своё отражение относящаяся к стратегии аргументации **тактика обоснования оценки**. Шотландцы оказываются способными бескорыстно работать на благо общества:

*We need to examine what... we can put in place to create a society... which uses new technologies as means for creative expression and sharing rather than as tools of oppression.*

«Чужими» британцев и шотландцев делает также их различное экономическое положение, в частности, тот факт, что Шотландия не имеет права распоряжаться своими ресурсами. Их распределение контролируется парламентом Соединённого Королевства, располагающимся в юго-восточной части Англии:

*It seems plainer than ever that Westminster, whichever of the two UK parties controls it, is not prepared to let anything threaten the continued drain of national resources down towards the south-east of England.*

Ещё одной сферой противопоставления Великобритании и Шотландии является духовная. Сторонники отделения Шотландии от Великобритании постоянно подчёркивают уникальность шотландской культуры, отстаивать которую, по их мнению, будет всё сложнее в случае сохранения статуса-кво. В следующем примере используется **тактика отождествления**, относящаяся к

стратегии самопрезентации и заключающаяся в соотношении группы с кем-то (или чем-то), как в самом сообществе, так и за его пределами. В приведённом ниже примере фигурируют имена Вальтера Скотта и Хью Макдиармида. Вальтер Скотт – писатель, который ввёл в эпоху романтизма моду на всё шотландское, Хью Макдиармид – ключевая фигура «шотландского возрождения» XX в., поэт, писавший на шотландском языке и стоявший у истоков современной Шотландской национальной партии:

*Frontiers create and maintain borderlands, areas of contrast, ambiguity and choice – of fertility, rather than mere hostility... Walter Scott and Hugh Macdiarmid were borderers, not heartlanders.*

Таким образом, исследованный материал предоставляет нам возможность говорить о следующих основных стратегиях репрезентации шотландской национальной идентичности: 1) стратегия самопрезентации, реализующаяся тактиками противопоставления «своих» и «чужих», выгодного сравнения, солидаризации, дистанцирования и отождествления; 2) стратегия дискредитации, реализующаяся тактиками иллюстрирования отрицательного, обвинения, навешивания ярлыков, иронией и сарказмом; 3) стратегия аргументации, реализующаяся тактиками указания на перспективу и обоснования оценки. Стратегии самопрезентации и дискредитации тесно связаны друг с другом, поскольку шотландцы вынуждены постоянно противопоставлять себя политическому центру. Следствием этого является, во-первых, обилие оценочной лексики в исследованном материале, во-вторых, тот факт, что даже нейтральная лексика, помещённая в контекст противопоставления, наделяется оценочностью.

## Примечания

- 1 Эмер Ю. Миромоделирование в современном песенном фольклоре : когнитивно-дискурсивный анализ : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Томск, 2011. С. 18.
- 2 См.: The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/uk> ; Bella Caledonia. URL: <http://bellacaledonia.org.uk> ; Wings Over Scotland. URL: <http://wingsoverscotland.com>.
- 3 См.: Scotland's Independence Referendum. URL: <http://scotlandreferendum.info> (дата обращения: 19.09.2014).
- 4 См.: Brocklehurst S., Black A. Q&A : Your Scottish independence questions // BBC Scotland news website. URL: <http://www.bbc.com/news/uk-scotland-scotland-politics-18364699> (дата обращения: 17.11.2014).
- 5 См.: Мишланов В., Нецветова Н. Коммуникативные стратегии и тактики в современном политическом дискурсе (на материале политической рекламы предвыборных кампаний 2003, 2007, 2008 гг.) // Вестн. Перм. ун-та. Российская и зарубежная филология. 2009. Вып. 6. С. 8.
- 6 См.: Буряковская В. Стратегии расистского дискурса // Человек в коммуникации : концепт, жанр, дискурс : сб. науч. тр. Волгоград, 2006. С. 201.