

УДК (811.1/.8)

Ю.А. Эмер

**ПРАЗДНИЧНЫЙ ДИСКУРС: КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНОЕ  
ИССЛЕДОВАНИЕ<sup>1</sup>**

*В статье праздничный дискурс рассматривается как коммуникативно-познавательная система, активно взаимодействующая с другими дискурсами. Предлагаемая многофакторная модель описания, направленная на выявление специфики организации праздничного дискурса, включает описание в качестве базовых социокультурные (условия бытования), коммуникативные (коммуниканты, коммуникативная ситуация и ее жанровое воплощение), когнитивные (ценности и концептуальные структуры) и языковые характеристики.*

*Ключевые слова: праздник, дискурс, когнитивно-дискурсивное исследование, коммуникативные стратегии, ценности.*

Проблема описания праздничного дискурса к настоящему времени не решена, несмотря на то, что в современных исследованиях понятие «праздничный дискурс» является частотным, до сих пор не существует его целостного описания. В лингвистических работах предпринимаются попытки дискурсивного описания праздника [1–3 и др.]. Исследователи, описывая отдельные жанры, сосредотачиваются на выявлении особенностей концептуальной системы, реконструируют отдельные фрагменты картины мира, не представляя модели описания праздничного дискурса.

Цель данной работы – представить модель описания праздника как дискурса.

В нашем понимании дискурс есть речевая практика, способ общения, детерминированный культурно-историческими условиями его функционирования. Праздничный дискурс – особый тип речевой ритуальной групповой деятельности, в которой текстовый континуум предстает как эстетически обработанный и детерминированный социокультурной ситуацией.

Праздничный дискурс как одна из форм существования мира отражает динамические изменения, происходящие в обществе на разных этапах его развития [4–7 и др.]. Современный праздничный дискурс реализуется в разных вариантах в отдельных субкультурах, иными словами, общенациональная праздничная модель получает субкультурно детерминированное преломление. Каждая субкультура формирует свой праздничный календарь, в который включаются как официальные праздники (выборочно), так и собственные, порожденные в рамках данной субкультуры. В рамках каждой из субкультур формируются особые модели мира, воплощенные в текстовой со-

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009–2013 гг. (тема: «Когнитивные модели текстопорождения в коммуникативном существовании языковой личности»); государственный контракт № 14. 740.11. 0567 от 05.10.2010 г.).

ставляющей дискурса, в системе жанров, обслуживающих праздничный дискурс.

В основе праздничного дискурса лежит праздничная идея, получающая воплощение в символично-ритуальной деятельности в вербальных и невербальных формах. Праздничный дискурс упорядочивает жизнь коллектива, выделяя ценностно значимые события. Он реализуется в ряде устойчивых коммуникативных ситуаций, спектр которых в культуре ограничен пространством праздника.

Коммуниканты в праздничном дискурсе выступают как представители одной социальной общности, при этом у каждого есть дискурсивно предписанная роль, которая зависит от возрастной, гендерной, профессиональной и других характеристик участника празднества, а также спектр речевых жанров. К примеру, субкультурный праздник «Последний звонок» предполагает распределение ролей по возрастному, гендерному, да и по профессиональному типу. Так, в действии, разворачиваемом на сцене, принимают участие школьники разных возрастов. Самые младшие в роли преемников (первоклассники – в муниципальных школах, девятиклассники в лицеях) выступают с поздравлениями, давая наказ выпускникам, обещая быть «не хуже», хранить школьные традиции и под.: *В этих стенах вы успели / Очень многое узнать. Мы желаем вам ответить / Все экзамены на «пять»!*; *Никогда не расслабляться – это правило двенадцать*; *Будем школу мы любить и традиции хранить*.

Выпускники, проходящие обряд инициации, совершающие переход во взрослый мир, используют наравне с родителями и педагогами жанр воспоминания: *Помните, какими мы пришли в школу? Маленькими, с любопытными глазами, прилежно или не очень выполняющими домашние задания, забывающими вторую обувь, теряющими варежки, шарфы...* (подробнее см.: [8]). В зависимости от адресанта в жанре воспоминания актуализируется разное восприятие ситуации обучения. В фокусе внимания учителя, родителей, как правило, события, связанные с этапами взросления выпускников: *Я помню, как вы опоздали на первый урок математики в 5-м классе, потому что не могли найти кабинет!* (учитель математики), а выпускников – интеллектуальные достижения, анормативные действия, обусловленные психологической незрелостью, что приводит к использованию жанров благодарности и извинения: *Мы узнали, что не «звонишь», а «звонишь», что оксюморон – это соединение несоединимого; Помните, как мы пришли неподготовленные всем классом, нам сейчас особенно стыдно, что мы «плавали» в понятиях и терминах географии...; Когда мы ленились и забывали домашние задания, прятали дневники, вы стоически переживали наши капризы... Спасибо за ваше терпенье, за выдержку и понимание.*

В выступлениях родителей выпускников статус учителей фиксируется как более высокий по сравнению с остальными адресатами: *Уважаемые учителя! Дорогие наши дети!*; *Особо хочется обратиться к учителям!* В фокусе внимания выпускников оказываются как личностные (точнее, псевдоличностные, поскольку они определяются ролью учителя в школьной субкультуре), так и профессиональные качества педагога: *Вы долго и упорно искали пути к нашим душам, вы хотели, чтобы мы полюбили русскую литера-*

*туру, чтобы в любой ситуации мы искали ответы в книгах...; Вы подтягивали отстающих, подталкивали вперед хорошистов, помогали во всех классных делах, заботились о нас, как родная мать, отдавали нам всю себя.* Отметим, что в текстах такого типа подчеркивается противопоставленность отношений ученика и учителя в аспекте оппозиции «взрослость/детскость».

Как показал анализ, дискурсные позиции во многом жанрово обусловлены, в зависимости от статуса участника праздничного действия, предписанной роли, коммуникант выбирает определенный жанр. Так, жанр «поздравления» (Праздник «Последний звонок»), как правило, наиболее последовательно реализуется в выступлениях участников праздника, пришедших извне, не входящих в обязательные для данного праздника ролевые группы, – депутатов, представителей городской и областной администрации и др., поскольку остальные участники активно используют жанры благодарности, воспоминания, извинения и др.

Праздничный дискурс по своей природе является «дискурсом-восприимчиком», он открыт другим дискурсам, активно взаимодействует с фольклорным, бытовым, политическим, педагогическим и другими дискурсами, включая некоторые из жанров в неизменном виде либо наполняя их праздничным содержанием. Отметим, что любой текст в праздничном дискурсе приобретает особую культурную нагруженность, его содержание определяется публичностью коммуникации, фатической функцией, полиадресностью и т.д. [8].

Предлагаемая далее многофакторная модель описания включает характеристику социокультурных (условия бытования), коммуникативных (коммуникативная ситуация и ее жанровое воплощение), когнитивных (концептуальные структуры) и языковых особенностей.

### 1. Социокультурные характеристики.

Современный праздничный дискурс представляет переходный этап в культурном развитии российского общества, где традиционные ценности получают новое оформление, детерминированное современной цивилизацией, когда на смену онтологической цельности традиционного человека приходит осознанная деятельность по определению своего места в мозаичном социокультурном пространстве. Праздничный дискурс представляет симбиоз различных жанров, текстов, отражающих содержание праздничного календаря, в котором сосуществуют светские и религиозные, государственные и корпоративные, общенародные и личностно-ориентированные праздники.

Специфика праздничного текста (как дискурсивно значимого компонента), жанровая палитра праздничного дискурса определяется общественно-историческими факторами: процессом глобализации, социокультурными условиями, достижениями научно-технического прогресса.

Процесс глобализации не может не отразиться в культуре, в организации дискурсов, тем более праздничного дискурса как эстетически оформленного. Два разнонаправленных процесса, происходящих в нашей культуре под влиянием глобализации: унификация (стирание национальных границ) и возрождение национальной культуры – приводят к формированию нового праздничного календаря, в котором традиционно отмечаемые российские праздники (Международный женский день, День защитника Отечества, Но-

вый год и др.) соседствуют с «заимствованными» (День святого Валентина, Хэллоуин), а также новыми национальными праздниками (Всероссийский День семьи, любви и верности – День Петра и Февронии, День матери). Каждый из праздников в силу своей природы (светский/религиозный, государственный/корпоративный, общенародный/индивидуальный, заимствованный/исконный) получает разное жанровое и текстовое наполнение. Так, фольклорные жанры (частушка, загадка, песня), как правило, присутствующие в жанровой структуре традиционных советско-российских праздников (Международный женский день, Новый год и др.), не будут использоваться при оформлении Хэллоуина, имеющего собственную систему жанров.

Итак, процесс глобализации, с одной стороны, приводит к размыванию границ национально-культурной традиции, формированию универсальных культурных моделей, приходу новых праздников со своей жанровой, текстовой моделями, с другой – формированию национального, субкультурного праздничного календаря, когда в жанровых и текстовых моделях отражается национально-культурная специфика.

Обозначенные тенденции отражаются в праздничных текстах. Например, в текстах поздравлений политиков разного уровня часто подчеркивается новая государственная роль женщины: *«Желаем вам весенней свежести, неиссякаемой энергии, ярких впечатлений, **карьерных успехов и полного достатка**»* (из поздравления с Международным женским днем В. Кресса, губернатора Томской области). Кроме того, в жанре поздравления при адресации к женщине хорошим тоном в настоящее время считается апелляция к ее профессиональному статусу (*«Желаем, чтобы ваша карьера и дальше развивалась так же успешно!»*, *«...вы берете на себя **большую** часть ноши и несете ее наравне с мужчинами»* и др.). Причем это свойственно не только политической составляющей праздничного дискурса, но и его личностно-социальной сфере, на юбилеях стало «хорошим тоном» говорить о профессиональных достижениях именинницы, подчеркивая активную жизненную позицию, успешность в профессиональной сфере деятельности: *«Мама для нас всегда была и есть образец настоящей женщины, все присутствующие знают об этом, чего стоит только находиться рядом с таким талантливым человеком, как наш папа. Она всегда умело скрывала свой ум, отдавая пальму первенства ему. Но все всегда знают, что посоветоваться – и не только в бытовых вопросах – мы идем к маме. Она **замечательный специалист**, уж поверьте мне, которому пришлось работать с таким количеством бухгалтеров. Мама **не просто бухгалтер, она управленец**, она одна из первых, кто освоил в 90-е эту профессию. Не случайно так долго ее не хотели отпускать с работы. Ее **профессионализм, умение предсказать** ситуацию заранее меня всегда поражали...»* (речь на юбилее, Томск). Итак, в праздничном дискурсе наблюдается тенденция к актуализации двух взаимопротивоположных мотивов: эмансипации и материнства при создании образа современной деловой женщины.

Таким образом, современный российский праздничный календарь есть отражение двух разнонаправленных тенденций: с одной стороны, глобализация приводит к тому, что национальный компонент в среде многих «светских» праздников становится периферийным, с другой – интерес к традици-

онным национальным праздникам возрастает и стимулируется обществом как способ сохранения национальной идентичности, обе тенденции находят отражение в текстовой составляющей праздника.

С процессом глобализации тесно связан и второй фактор – социокультурные условия, которые обуславливают изменения внутренней структуры традиционного календарного цикла, «ослабляется зависимость человека от природных условий (прежде всего – от смены сезонов), что приводит к забвению календарно-обрядового фольклора. Соответственно, смещаются сроки проведения общественных и семейных торжеств... происходит их десемантизация и деритуализация, переход в фазу «церемониальную» [9. С. 9], что приводит к изменению праздничного календаря, в частности появлению корпоративных праздников (например, День рождения фирмы, День рождения вуза и др.), делает его субкультурно, регионально обусловленным (подробнее см.: [3]).

«Социально-культурно обусловленный календарный цикл задает способы организации праздника, его ролевую структуру, систему коммуникативных установок и т.д.» [8. С. 39]. Так, в российском праздничном календаре с советских времен был праздник 1 Мая – День международной солидарности трудящихся, который имел закрепленный сценарий и стандартную текстовую составляющую: демонстрации трудящихся и военные парады, лозунги: *Мир! Труд! Май!; Да здравствует Коммунистическая партия Советского Союза!* С 1992 г. праздник был переименован в Праздник весны и труда. Как таковой общий сценарий проведения праздника в настоящее время отсутствует, политические партии, профсоюзы в этот день проводят политические акции, митинги, выступая под своими лозунгами: *Три ребенка в семье – норма!; Россия, вперед!* (Единая Россия); *Выше красное знамя – знамя Победы. Напугаем власти образом Сталина; Требуем национализации ключевых отраслей промышленности и природных ресурсов!* (КПРФ). В данном случае можно говорить о трансформации праздника: оставаясь официальным российским праздником, он меняет свое содержание, о чем свидетельствует в первую очередь текстовая составляющая, в частности лозунги политических партий, профсоюзов. Лозунги как часть праздничного текста, представляющие интерпретацию политических установок партии, являются важным средством коммуникации между общественностью и партией (подробнее см.: [10]). Если лозунги последних советских десятилетий демонстрировали непротиворечивую картину мира, где народ и партия представляли как единое целое, то в настоящее время лозунги отражают оппозиционную картину мира: власть противопоставлена народу, точнее, той или иной политической партии, которая, подстраиваясь под электорат, выражала его чаяния, либо партия выступает как представитель власти, транслируя ее установки. Лозунги КПРФ, например, выстраиваются на оппозиции «мы – они», типичной для политического дискурса (работы Е.И. Шейгал, О.С. Иссерс): рост цен на жилье – *«Нет высоким тарифам!»*, *«Даешь достойное жилье!»*, празднование победы – *«Выше красное знамя, знамя Победы, напугаем власти образом Сталина!»*, основными жанрами являются обвинение, требование, призыв. Партия «Единая Россия» как партия власти, напротив, выстраивает свои лозунги в основном при помощи жанров утверждения, описания: *«Единая Россия» – партия реальных дел*, *«Мы с президентом»*, *«План Путина – победа России»*. Отме-

тим, что в лозунгах всех партий, профсоюзов «эксплуатируются» одни и те же ценности, приоритетными являются социальная защищенность и экономическая стабильность.

**Социокультурная ситуация** обуславливает и содержательное наполнение праздника, которое может регионально варьироваться.

Изменения в содержательном наполнении праздника проявляются и на региональном уровне. Например, в Томске более десяти лет назад губернатор Томской области выступил с предложением позиционировать 1 мая как День дружбы народов. Каждый год в городе Томске 1 мая проходит областной фестиваль национальных культур «Дружба народов», в котором принимают участие творческие коллективы, национально-культурные объединения и учреждения Томской области и гости из соседних регионов. Можно говорить о трансформации содержания праздника, когда политически острые вопросы уходят на второй план, политическое событие превращается в культурное, главным становится демонстрация гармонии, стабильности в области: *«Томская область является многонациональной, и хорошо, что у нас проходят такие праздники, как фестиваль «Дружба народов». Это – фактор стабильности. И наша задача, чтобы область не утратила репутации земли согласия и добрососедства»* (губернатор Томской области В. Кресс). В речи политика моделируется «идеальная» картина мира при помощи лексических единиц *стабильность, согласие, добрососедство*. Лексемы *не утратила репутации* призваны показать устойчивость ситуации. Содержание данного праздника в зависимости от социокультурных условий, общественно-политической ситуации на протяжении всего своего существования не раз подвергалось изменениям: от политической акции в досоветской и советской России к политическому ритуалу в Советском Союзе, от политического акта до культурного события в постсоветской России. В настоящее время содержание данного праздника размывается: утеряна ритуальная составляющая, нет единого сценария праздника, большинством населения он воспринимается как внеочередные выходные: *«Первомай – народный праздник, все призывали, что это выходные, которые на даче можно провести. Для меня праздник, потому что я в детстве с папой на демонстрацию ходил... А для дочи – нет, Хэллоуин – это для нее праздник, она к нему готовится серьезно...»* (Томск); *«1 Мая раньше – это праздник, сначала демонстрация, весело, пока до трибун дойдешь, раз пять отметить успеешь, а потом, после демонстрации, либо с друзьями, либо дома за стол. А сейчас так, спроси, что отмечаем, так никто и не ответит»* (Томск).

Особую роль праздники играют в периоды социокультурных изменений в жизни группы и отдельного индивида. Праздник отражает смену аксиологических общественных установок, по-новому оформляя их в ритуальных действиях.

Таким образом, праздничный календарь отражает вариативную динамическую модель русской национальной картины мира, социально и культурно обусловленную.

## **2. Коммуникативные характеристики.**

В качестве дискурсивно значимых параметров выделяем цель дискурса, коммуникативные стратегии, участников дискурса, ситуацию общения, жанры.

а) *Цель праздничного дискурса.* Праздник, являясь первичной формой культуры, фиксирующей бытийные категории, участвует в интеграции социальной группы, сплачивая людей вокруг идеи, важной, аксиологически значимой для данного социума. Сложная природа данного феномена отражается в цели праздничного дискурса. Цель праздничного дискурса дуалистична, с одной стороны, ею является рефлексирование знания, фиксация некоего идеала, ценности, передача алгоритма решения духовно-идеологической проблемы последующим поколениям, с другой – выражение социального самосознания общества, социокультурная интеграция коллектива, социализация индивидуума в данном национально-культурном коллективе, в данной социальной группе. Праздник предоставляет социальной группе возможность самоидентификации, самовыражения, позволяет освоить иные, в отличие от повседневно детерминированных, дискурсивные роли, побывать в иных, небудничных, коммуникативных ситуациях. Роль празднующего предполагает осмысление ценности, воплощенной в праздничной идее, участие в ритуале, она способствует созданию праздничного настроения: ощущению сопричастности группе, переживанию гордости, радости. Праздничные эмоции сублимируются и выражаются в жанрах, используемых в праздничном действе.

Одновременно праздник обгрызает повседневные социальные роли, получающие сакральный смысл. Так, например, в празднике «День матери» повседневная роль матери приобретает иное звучание: женщину чествуют, ее социальная роль наполняется «бытийным содержанием», актуализируется ценность женщины-матери – воплощения любви, добра, милосердия и самопожертвования, в праздничном дискурсе реализуется модель материнства, присущая конкретной культуре.

б) Основопологающей для жизнеспособности праздника является триада «ценность – праздничная идея – ритуал» (см.: [11]), определяющая *основные коммуникативные стратегии* праздничного дискурса: актуализация коллективного знания о праздничном (неповседневном) событии и оценка этого события. Поскольку существование праздника в культуре невозможно без ценностной составляющей, актуальной для общества, одной из основных задач коммуникантов является донести эту ценность, воплощенную в праздничной идее, объяснить ее важность.

Частные коммуникативные стратегии (игровая, развлекательная, фатическая и др.), как правило, жанрово и ситуативно обусловлены.

в) *Ситуация общения.* Огромное значение для праздничного дискурса имеют время и место (пространство) осуществления коммуникации, выступающие как дискурсообразующие категории. Тип праздника определяет специфику коммуникативной ситуации: от организации праздничного пространства и закреплённого времени празднования до выбора жанров, используемых в данной ситуации.

Важную роль играет категория времени. В праздничном календаре большая часть праздников имеет жесткую фиксацию (Международный женский день, Новый год, Рождество и др.), меньшая часть (некоторые из религиозных и профессиональных) не имеют привязки к определенной дате. Время празднования в зависимости от типа праздника также может быть жестко/нежестко фиксированным. Закрепленность времени, как правило, отмеча-

ется в праздничных текстах: *Когда часы **двенадцать** бьют / И пенится шампанское, / Встречаем Новый год, друзья, / Пусть принесет он радость (ведущий); Двадцать пятого числа отмечает вся страна / Праздник «Последний звонок». / Мы поздравляем выпускников, родителей, учителей / С праздником, виновники торжества!* В некоторых случаях, это касается прежде всего праздников 8 Марта и 23 февраля, актуальным становится время года: с *первым весенним праздником, самым теплым и радостным весенним праздником, праздником весны и красоты; С праздником весенним! / Льет-ся пусть повсюду / Звонкое веселье! / Пусть сияет солнце! / Пусть уйдут морозы! / Пусть прогонит зиму / Веточка мимозы; Есть день прекрасный в феврале, / Когда мужчин мы поздравляем, / Нет «Дня мужчины» на земле, / Но мы ошибку исправляем и др.).*

Праздничное действие разворачивается в реальном пространстве, которое в каждой ситуации организуется определенным образом. Как правило, есть фиксированные места празднования: в официальных учреждениях актовый зал, концертный зал и др., в семье – зал в квартире, кафе и др. Оно маркируется визуально (плакаты, гирлянды, шары) и аудиально (музыка). Если это официальное празднование, то обязательно разделение пространства на зону зрителей и сцену, являющуюся сакральным пространством, попадание в которую задает определенную парадигму поведения участников праздника, в том числе и вербального поведения [8]. Зрительный зал и сцена взаимодействуют в течение праздника, связь между ними осуществляют в первую очередь ведущие, в репликах которых внимание фокусируется на всех участниках действия: *«Уважаемые коллеги, дорогие друзья! Мы рады приветствовать вас на нашем юбилейном концерте. Нам сегодня 30 лет. И все эти годы вы поддерживали нас своей любовью, теплом, мы работали для вас»; «На сцену приглашается народный коллектив, ансамбль танца, руководитель заслуженный работник культуры РФ И.К. Иткин. “Сибирская круговая”».*

Многие официально, публично отмечаемые праздники, помимо официальной части, могут сопровождаться праздничным застольем либо сводятся к праздничному застолью. В данном случае праздничное пространство структурировано, но нежестко: если в начале принято рассаживаться за столом по структурным подразделениям, то к концу праздника этот принцип нарушается.

Семейный праздник, вне зависимости от места проведения (дом, кафе), также имеет структурированное праздничное пространство. Обычно семейный праздник сводится к застолью, за столом у каждого члена семьи, гостя есть фиксированное место, либо пространство каждый раз структурируется «виновником торжества» в зависимости от ряда условий: близости родства, гендерных, возрастных и других характеристик.

Таким образом, праздничное пространство закрепляет ролевую структуру, детерминированную моделью праздника, в соответствии с этой моделью у каждого участника праздника есть собственный набор акциональных и речевых проявлений. Так, в репертуар жанров руководителей организации помимо ядерных жанров «поздравления» и «пожелания» входят жанры «отчета», «благодарности», «напутствия» и др.: *«...Хочу поблагодарить весь коллектив. Мы много сделали в этом году. Год был не из легких, да легких у нас давно и не было, несмотря на переструктурирование, изменения, мы смогли,*

как говорится, «выполнить и перевыполнить план». Надеюсь, что в следующем году мы будем работать так же и даже лучше...» (поздравление с Новым годом на корпоративном празднике руководителя подразделения, Томск). В силу занимаемого положения говорящий использует оценочные конструкции: *много сделали, год не из легких, будем работать так же и лучше*. Итак, социально-коммуникативные условия, задачи коммуниканта определяют выбор жанра, используемого в конкретной коммуникативной ситуации праздничного дискурса.

Праздничные коммуникативные ситуации могут обслуживаться разными жанрами, принадлежащими не только праздничному дискурсу, но и фольклорному, рекламному и др., при этом жанры праздничного дискурса могут аккумулировать содержание других дискурсов: 1. *«Наши женщины – руководящие, хозяйки, работницы. А еще они поют, да так, что Галина Вишневская позавидует. Не верите? Сейчас убедитесь. Итак, конкурс частушек о милом* (ведущий); 2. *Уважаемые ветераны войны и труда, представители старшего поколения! От имени Российской либерально-демократической партии сердечно поздравляю вас с днем старшего поколения! ЛДПР свято ценит Родину и ее оплот, первый эшелон – наших дорогих стариков... ЛДПР всегда стояла и стоит за справедливость и порядок, за благополучие народа...* (Поздравление А. Диденко, координатора Томского регионального отделения ЛДПР).

В первом примере фольклорный жанр функционирует в праздничном дискурсе как самостоятельная единица, для частушки праздничный дискурс является одним из основных способов бытования. Во втором – жанр поздравления политиков предстает как политический текст (деятельность), направленный на привлечение сторонников, закрепление результатов, пропаганду взглядов, идей партии.

2) *Участники праздничного дискурса*. Вопрос об участниках праздничного дискурса возможно решить, обратившись к характеристике дискурсивной роли коммуниканта, отраженной в праздничных текстах. Общее для всех коммуникантов – стремление выразить личностное отношение к праздничному событию, а также дискурсивная роль празднующего, противопоставленная дискурсивным ролям повседневности.

Участник действия в зависимости от занимаемой коммуникативной позиции выступает как адресантом, так и адресатом в разных коммуникативных ситуациях праздничного дискурса.

Адресантом выступает субъект, принадлежащий к данному социуму, позиционирующий себя как часть коллектива, знающий и владеющий дискурсивными практиками и знаниями. Заметим, что адресант представляет сложное образование: автор – говорящий – субъект. Центральное положение в праздничном дискурсе в названной триаде занимает говорящий, который одновременно может являться «воспроизводителем», автором, интерпретатором текста в зависимости от коммуникативной ситуации, выбранного жанра и личностных установок. Так, в ситуации поздравления говорящий использует жанр «поздравление», автором текста может быть он сам (1-й текст), он может заимствовать понравившийся текст из Интернета, сборника поздравлений и других источников в неадаптированном варианте (2-й текст), поздрав-

ление может быть выстроено на интерпретации фрагмента «чужого» текста (3-й текст): 1. *Поздравляю, дорогая, с этим праздником! Наконец-то ты дождалась меня, и мы стали ровесниками хотя бы на полгода. Желаю тебе самого главного – наслаждайся тем, что у тебя есть...* (Томск); 2. *Юрочка, пожеланий наших не счесть, но зачем их делить на части, если все они, сколько есть, заключаются в слове «счастье»...* (Томск); 3. *Однажды Сальвадор Дали открыл дневник и записал: «Сегодня понял, что я гениален». Желаю, чтобы у каждого из вас наступил день, когда вы сможете сказать: «Я гениален». Поздравляю!* (Томск).

Проблема «говорящий-субъект» (как часть триады «автор-говорящий-субъект») в праздничном дискурсе получает своеобразное разрешение. Субъект праздничного дискурса – это человек-личность, «я-часть социума». Говорящий при выборе текста, его исполнении выступает как отдельная личность, проявляя индивидуальные особенности, обозначая статусную принадлежность, транслируя личный опыт, оценку, которая созвучна коллективной, он демонстрирует приверженность коллективным ценностям и установкам, принимая участие в праздничном действии.

Значимой является количественная характеристика говорящего. В зависимости от типа праздника, жанра, установок социальной группы, личностных особенностей можно говорить о коллективном/индивидуальном адресате.

Адресатом праздничных текстов являются участники праздничного действия – члены социума. Адресат имеет ряд характеристик, дискурсивно, жанрово обусловленных (цель жанра, коллективное/сольное исполнение и т.д.). Адресат, в зависимости от типа праздника, может количественно различаться: от индивидуума до страны. Характеристики адресата во многом определяют как содержание, так и форму создаваемого говорящим праздничного текста: 1. *Сегодня мы поздравляем нашего друга с юбилеем. У него есть много достоинств, мы их обязательно перечислим. А начнем с того, что он прекрасно умеет составлять словари. Его фамилия – в списке составителей практически всех кафедральных словарей. Давайте полистаем. Буква В...* (Томск); 2. *28 мая 2010 года исполнится 132 года со дня подписания Александром II указа об учреждении Императорского Томского университета. Основанный в 1878 году, первый за Уралом университет стал колыбелью просвещения и одним из национальных центров образования, науки и культуры. Эта историческая миссия актуальна для нас и ныне. Университет с честью проходит через все испытания и остается одним из ведущих вузов страны.... День рождения – это время не только подводить итоги, но и заглядывать в будущее. Мы верим, что первый в Сибири университет будет высоко нести свое знамя и навсегда останется Первым – в сердцах студентов, выпускников и преподавателей. От души поздравляю всех студентов, аспирантов, выпускников и сотрудников ТГУ с наступающей 132-й годовщиной университета и желаю здоровья, творческих успехов, исполнения всех замыслов* (Томск, ректор ТГУ Г.В. Майер). В первом тексте индивидуальные характеристики адресата (профессиональные, личностные) отражены в поздравлении при помощи лексических единиц *друг, достоинства, прекрасно умеет*, в комплементарной форме (установка поздравления) подчеркиваются

достоинства юбиляра, лексемы *кафедральные, словари* актуализируют профессиональные характеристики «виновника торжества».

Адресатом второго текста выступает коллектив Томского госуниверситета, в тексте называются все участники коллектива: *преподаватели, аспиранты студенты, сотрудники, выпускники*, что позволяет сделать поздравление адресным, обращенным к каждому члену коллектива. Все эти группы имеют общее коллективное знание об *Alma mater*, информация, которая приводится в тексте, призвана актуализировать эти знания для формирования гордости своим вузом, создать эффект общности у коллектива, поэтому перечисляются брендовые, отличительные характеристики университета *первый в Сибири, за Уралом, одним из ведущих вузов страны, один из национальных центров образования* и др.

Статусно-ролевые отношения участников праздничного дискурса при общности дискурсивной роли празднующего зависят от типа коммуникативной ситуации. В каждой коммуникативной ситуации коммуниканты играют разные роли соответственно занимаемой позиции, обладают правом транслировать определенные жанры, определенное содержание. Та или иная социальная роль повседневного дискурса может определять роль коммуниканта в праздничном дискурсе, а может быть диаметрально противоположной ей. Так, индивидуум в ситуации официального празднования может занимать пассивную позицию как зритель праздничного действия, а на семейном празднике как хозяин дома играть активную роль: 1. – *Ну, как отметили? – Все как обычно, сели, Кабеева поздравила, выпили, потом Макаров с Мельниковым заезжали, поздравили, потом конкурсы, танцы – все как всегда. – А ты что что-нибудь говорил? – Нет, сколько можно из года в год...* (Томск) 2. *Предлагаю первый тост за жену. Как говорил один философ: «Если женишься удачно – станешь счастливым, если неудачно – станешь философом».* Мне повезло, я не философ, в этом заслуга жены. За нее... (Томск).

Совмещение институциональности и традиционности, характерное для праздничного дискурса, создает условие для актуализации в праздничном дискурсе других дискурсов, в том числе и фольклорного. Как правило, коммуникант, занимающий руководящую должность, во многом сохраняет свои полномочия и в ситуации официального/неофициального празднования, определяя его логику (приветствие-поздравление, первый тост и т.д.), что находит отражения и в праздничных текстах, им транслируемых: *Дорогие друзья, сегодня мы собрались здесь, чтобы отметить замечательный праздник – Новый год. Он считается семейным праздником, который принято отмечать с близкими. Наша фирма – это тоже семья, в которой царит, надеюсь, что так будет и дальше, мир и покой. Я рад, что мы собрались здесь сегодня не узким кругом, а с нашими вторыми половинами, которые тоже составляют часть нашего коллектива. Поздравляю всех с наступающим, желаю нам процветания и стабильности...* (Томск). В ситуации празднования коммуникант-руководитель, сохраняя институциональные позиции, достаточно активно пользуется субкультурными фольклорными текстами, демонстрируя единство с аудиторией, актуализируя общность знания, ценностных установок. Подобное речевое поведение помогает «уйти» от официальности, позиционировать себя как члена коллектива: *...И как гласит старая пословица,*

которой пользуемся мы, агрономы: *«Смотри погоду не по утру, а по вечеру...»* (Томск).

Отметим, что в сложившихся коллективах дискурсивные роли во многом обуславливаются личностными характеристиками, закрепляются за отдельными участниками коллектива: *«А теперь по нашей давней традиции говорит муж филолога. Он у нас самый красноречивый»* (Томск); *«Люблю с Леной выпивать, у нее всегда, на все случаи жизни есть тост»* (Новосибирская обл., Решеты); *«А теперь наш бессменный массовик-затейник, давай, дорогой...»* (Томск). В целом праздничный дискурс предполагает активное участие коммуникантов в общении, владение участниками праздничного действия основными жанрами праздничного дискурса.

Общение может быть непосредственным/опосредованным (газета, памятный адрес, открытки, смс-сообщения), публичным, межличностным.

д) *Жанры* праздничного дискурса. Ядерными жанрами праздничного дискурса являются эстетически оформленные жанры «поздравление», «пожелание», «тост», поскольку практически каждый праздник сопровождается застольем. Содержание и форма данных жанров обусловлены социокультурными традициями этноса, данной социальной группы, этикетными нормами, личностными особенностями говорящего (работы В.В. Дементьева, К.Ф. Седова, Т.В. Тарасенко и др.): *«Я предлагаю тост за тех, кто дает нам работу, не дает расслабляться, зовет к трудовым подвигам – за наших учеников»* (Томск); *«Я поздравляю тебя с юбилеем! Ты прожила эту часть жизни хорошо, вырастила двух детей, внука, дом, хозяйство – все как надо...»* (Новосибирская обл., Решеты). «Жизненная идеология» (термин К.Ф. Седова) социальной группы определяет не только востребованность, использование того или иного жанра, но и содержательное наполнение жанровой модели. Отметим, что жанровые модели могут трансформироваться в связи с социокультурными изменениями (например, развитие развлекательной индустрии привело к появлению открыток с готовым поздравительным текстом, шуточными фразами «на все случаи жизни», заменившими адресные поздравления).

Взаимодействие праздничного дискурса, в силу природной сложности, полифоничности тесно сотрудничающего с другими дискурсами, позволяет поставить проблему полидискурсивности, активно разрабатываемую в науке на материале институциональных и повседневных дискурсов [12–14 и др.]. Праздничный дискурс привлекает другие дискурсы для выполнения собственных задач. Так, жанровое пространство праздничного дискурса разнообразно. Как правило, данные жанры претерпевают содержательные изменения, становясь «праздничным» жанром. Плакаты, листовки, лозунги – жанры политического дискурса, рекламные ролики, слоганы, буклеты – жанры рекламного дискурса активно используются в праздничном дискурсе: *«Вы чувствуете себя усталым, ничего не радует Ваш взгляд, Ваши волосы стали сухими и ломкими... Поручивайте танцевальным коллективом 25 лет. И Вы будете выглядеть на все сто»* (Томск). В данном случае поздравительный текст выстроен как рекламный. Содержание рекламного текста трансформируется (реклама превращается в поздравление именинника), сохраняется его стилистика: противопоставление частей текста, императив: *«поручивайте»*, лексические единицы: *«выглядеть на все сто, сухие и ломкие волосы»*. При пе-

ресечении праздничного дискурса с другими дискурсами происходит наложение всех языковых элементов, структур, отношений, характеризующих эти дискурсы.

Полижанровость позволяет создать палитру интерпретаций мира в разных эстетических системах.

Особые отношения связывают праздничный и фольклорный дискурсы. Последний выступает «донором» для праздничного дискурса, сохраняя собственную «независимость». Фольклорные жанры (песни, частушки, куплеты, загадки) активно функционируют в праздничном дискурсе, который является средой их бытования, поэтому их содержание, как правило, не претерпевает изменений. Хотя, конечно, эти жанры могут быть связаны с праздничными темами. Поскольку в фокусе нашего внимания фольклорные жанры «частушка» и «куплеты», кратко охарактеризуем их.

Частушка в XX в. активно функционировала не только в деревенском, но и в городском фольклоре. Она исполнялась с летней эстрады наравне с куплетами. Куплеты по способу функционирования, форме очень близки частушке. Они, как и частушка, передают актуальную для настоящего времени информацию, оперативно реагируя на действительность. Однако основное назначение куплетов – обличение аномативных социальных действий, событий. Они призваны дать оценку действительности с точки зрения коллективных норм, поэтому индивидуальное (авторское) начало выражает аксиологические установки социума.

Куплеты как жанр городского фольклора, разновидность частушки оказываются востребованы в разных субкультурах, получая распространение при помощи технических средств. Авторство куплетов может сохраняться или забываться, но в любом случае они функционируют по принципу фольклорных жанров, отражая субкультурно обусловленную картину мира.

Фольклорные жанры участвуют в моделировании дискурсивной праздничной картины мира, при этом способ моделирования, роль жанра в моделировании картины мира оказываются разными в зависимости от специфики жанра. Так, частушка и куплеты, в большинстве случаев не трансформируя содержание, выполняя развлекательную функцию, *воспроизводят* жанрово детерминированную фольклорную картину мира, выполняя «поздравительную» функцию, они *моделируют* праздничную картину мира по фольклорным принципам.

Сравним куплеты: 1. *Борьба идёт у нас кругом, / С алкоголизмом и вином. / Чтобы купить бутылку, нужна резвость. / Не отстаем мы в этот раз, / Как можем, боремся сейчас, / За трезвость, блин, за трезвость, блин, за трезвость;* 2. *Обещанного долго ждут, / Когда же званья раздают, / Последним в списке – самый неугодный. / Ты столько ждал, Всё – «Нет» – в ответ. / А с нами ровно двадцать лет – / Народный, блин, народный, блин, народный!* (Томск). В первом тексте отражено ироничное отношение к введенному в стране в 1986 г. «сухому» закону. Первые строки – описание ситуации в целом, лексемы *борьба, кругом, алкоголизм, трезвость*, характерные для официального дискурса, способствуют достижению комического эффекта в сочетании с языковыми единицами *резвость, боремся как можем, блин*, отражающими народное отношение к развернувшейся антиалкогольной

кампании. Данный текст характерен для фольклора, отражает противоположный официальному взгляд на социальные события. Он исполнялся на праздниках, отмечаемых в танцевальном коллективе, выполняя развлекательную функцию. Второй текст был сочинен и исполнялся на дне рождения руководителя коллектива. Личностная ориентированность: обращение (*ты*), положительная оценка личностных характеристик адресата (*с нами двадцать лет; народный*) – отвечает одной из задач праздничного дискурса: создать приподнятое эмоциональное настроение у адресата. При этом текст выстраивается по законам куплета на противопоставлении в данном случае официальных структур, оцениваемых отрицательно (*раздают, неугодный в списке*), и адресата.

Итак, в праздничном дискурсе представлено многообразие жанровых форм разных дискурсов, в силу динамичности развития праздничного дискурса сложно говорить о полной систематизации его жанрового состава.

### **3. Когнитивные характеристики.**

а) *Ценностные установки праздничного дискурса.* В праздничном дискурсе отражаются ценностные ориентации общества. Ценностные установки дискурса определяются целью праздничного дискурса: отрефлексировать, оценить знание, выражающее культурное и социальное самосознание социума, возможность этнической/социальной идентификации. К ценностям праздничного дискурса мы относим коллективность знания и оценки, идеальность модели мира, ритуальность. Будучи приоритетными в праздничном дискурсе, данные ценностные установки определяют особенности содержательной, языковой организации текстов.

б) *Концепты праздничного дискурса.* Полная характеристика дискурса как речемыслительного процесса невозможна без описания концептов, определяющих миропонимание коллектива в ситуации праздника. Праздничный концепт, сохраняя аксиологические установки этноса, социальной группы, представляет вариант общекультурного концепта в дискурсивном варианте. В качестве когнитивной единицы праздничный концепт представляет дифференцированное знание об экстралингвистических явлениях, которое обусловлено типом праздника, а также выбранным жанром. Основным дискурсообразующим концептом в праздничном дискурсе выступает концепт «праздник». Общекультурные концепты в праздничном дискурсе есть совокупность культурно значимых смыслов, представлений, формирующихся под влиянием праздничного дискурса. Их содержание отражает то, что является важным и актуальным для данного социума, с одной стороны, с другой – его содержание обуславливает содержание праздничного дискурса.

Концепты праздника получает вербальную реализацию в тексте. Языковое своеобразие воплощения концепта обусловлено спецификой этнокультурного эстетического кода.

### **4. Язык праздничного дискурса**

Вышерассмотренные характеристики обуславливают особенности языкового воплощения праздничного дискурса.

Язык праздника не был предметом отдельного описания, ряд наблюдений связан с описанием некоторых праздничных жанров: поздравление, пожелание, тост [15–16], а также текстовой составляющей отдельных праздников: Последний звонок, Посвящение в студенты, День рождения города, День ро-

ждения вуза [2–3, 8]. Исследователи описывали устойчивые формулы, выражительные средства, ключевые для того или иного жанра лексемы, текстовую реализацию отдельных концептов.

Как показал анализ, языковые единицы праздничного дискурса отличаются от их «бытового двойника» (В.В. Виноградов) эстетическая направленность, которая обусловлена дискурсивной спецификой. Ядерную часть праздничной лексики составляют единицы с абстрактным значением, тематически связанные с конкретным праздником, а также жанром. Так, жанр поздравления предполагает использование лексики, отражающей систему ценностей данной социальной группы. Как правило, это здоровье, счастье, любовь, удача, благополучие, веселье, богатство и др.: *С Новым годом Кролика и Кота!!! Желаю, чтобы этот год был более продуктивный во всех начинаниях, чем предыдущий!!! Ну и самого основного: Любви крепкой и взаимной, дружбы преданной и бескорыстной, денег, больше счастья и всё самого наилучшего!!! С Новым годом!!!!* (смс-поздравление), *Уважаемые коллеги, сотрудники и студенты Томского государственного университета! Настроение в предчувствии Нового 2011 года у меня оптимистичное. Есть повод гордиться успехами и надеяться на разрешение многих проблем. Хочу поблагодарить весь коллектив Томского государственного университета, потому что все достижения и победы – это наш общий труд и наше общее достояние. Желаю всем удачи, благополучия, здоровья, счастья, исполнения самых заветных желаний в будущем году!* (Ректор ТГУ, профессор Г.В. Майер). Приведенные выше тексты обращены к разным адресатам, что обуславливает выбор «желаемого». Если в первом тексте в ряду ценностей присутствуют *любовь, дружба*, получающие развернутую характеристику, а также *деньги*, то во втором – «нейтральные» ценности, не касающиеся личной, закрытой для коллективного обсуждения сферы жизнедеятельности человека: *удача, благополучие, здоровье, счастье*. Неофициальный характер поздравления (первый пример) не предполагает строгого соответствия содержательным и формальным требованиям жанра: эллиптичность конструкций (*ну и самого основного*), отсутствие обращения к адресату (объясняется как индивидуальной рассылкой смс-сообщения, так и, напротив, возможностью массовой рассылки смс-поздравления), свобода обращения с лексическими и грамматическими нормами (*был более продуктивный во всех начинаниях*). Во втором тексте наличие адресного обращения, благодарности принципиальны для официального поздравления. Официальность обуславливает и выбор языковых единиц: *уважаемые коллеги, сотрудники, студенты, гордиться успехами, разрешение проблем* и др.

В языке праздника присутствуют клишированные выражения, связанные с праздничным действием: *Я поднимаю бокал, а давайте нашу, когда горячее подавать*, клишированные праздничные формулы: *поздравляю и желаю радости, счастья, здоровья* и др. Отметим, что ситуация праздника способствует выстраиванию «теплых» отношений между коммуникантами, поэтому использование любых единиц с положительной коннотацией может выступать эквивалентом поздравительных выражений: *Мы знакомы 38 лет, столько не живут, а мы до сих пор дружим, чему я безумно рада и чем горжусь. Поздравляю!* (Томск).

В праздничном слове обязательно присутствует положительная *оценочная* компонента, что обусловлено требованиями праздничного дискурса: оценить нерядовое событие, создать положительное эмоциональное состояние у участников праздничного действа.

Итак, выявление специфики организации праздничного дискурса в когнитивно-дискурсивном аспекте позволяет исследовать не только специфику праздничной коммуникации, но и соотношение когнитивных структур народного сознания и репрезентирующих их языковых единиц, выявить наличие в сознании модели дискурса, структур репрезентации знаний, обуславливающих его бытие.

### Литература

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с.
2. Тубалова И.В., Эмер Ю.А. Студенческий праздник в вузовском городе как лингвокультурная модель // Человек – текст – эпоха: сб. науч. ст. и материалов. Вып. 3: Социокультурные аспекты освоения Сибири. Томск, 2008. С. 209–222.
3. Тубалова И.В., Эмер Ю.А. Текстовое пространство Дня города и Дня рождения вуза: к проблеме праздничного миромоделирования // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. 2009. № 2 (6). С. 11–22.
4. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Худож. лит., 1990. 543 с.
5. Лихачев Д.С., Панченко А.М. Смеховой мир Древней Руси М., 1976. 204 с.
6. Мазаев А.И. Праздник как социально-художественное явление. М.: Наука, 1978. 591 с.
7. Пропп В.Я. Русские аграрные праздники. Л.: Изд-во ЛГУ, 1963. 335 с.
8. Тубалова И.В., Эмер Ю.А. Пространственная организация праздничного дискурса // Картины русского мира: пространственные модели в языке и тексте / Л.П. Дронова, Л.И. Ермоленкина, Д.А. Катунин и др; отв. ред. З.И. Резанова. Томск, 2007. С. 152–187.
9. Неклюдов С.Ю. Фольклор современного города // Современный городской фольклор. М., 2003.
10. Якобсон С., Лассвелл Г.Д. Первомайские лозунги в Советской России (1918–1943) // Политическая лингвистика. Вып. 21. Екатеринбург, 2007. С. 123–141.
11. Гужова И.В. Праздник как феномен культуры в контексте целостного подхода: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2006. 18 с.
12. Серю П. Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса М.: Прогресс, 1999. 415 с.
13. Силантьев И.В. Газета и роман: риторика дискурсных смещений. М.: Языки славянской культуры, 2006. 222 с.
14. Чернявская В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований // Текст и дискурс: Проблемы экономического дискурса: сб. науч. ст. СПб., 2001. С. 11–23.
15. Вдовина Е.В. Поздравление и пожелание в речевом этикете: концептуальный и коммуникативный анализ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 22 с.
16. Дудкина Н.В. Речевой жанр «поздравления» в русской и американской лингвокультурах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2011. 20 с.