

## ЛОГОЭПИСТЕМЫ В СФЕРЕ ВОЕННОЙ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Работа представлена кафедрой военной педагогики и психологии  
Военно-космической академии имени А. Ф. Можайского.  
Научный руководитель – кандидат военных наук, доцент А. В. Стешов*

*Рассматриваются логоэпистемы как один из элементов лексики военно-служащих, позволяющие существенно расширить возможности речи в сфере военной коммуникации. Внедрение и активное использование логоэпистем в речи военного руководителя позволяет эффективно воздействовать на эмоционально-волевую сферу личности и способствовать формированию требуемой мотивации действий подчиненных.*

**Ключевые слова:** *военная лексика и терминология, военные речевые коммуникации, лексика военного руководителя, логоэпистемы, дискурс, риторика.*

S. Zverev

## LOGOEPISTEMES IN MILITARY LANGUAGE COMMUNICATION

*Logoepistemes as one of the elements of military vocabulary are considered in the article. Logoepistemes make it possible to extend substantially the language opportunities in the sphere of military communication. The introduction and active use of logoepistemes in the language of a military leader give the possibility to influence the emotion-will sphere of personality and promote subordinates' required motivation forming.*

**Key words:** *military lexicology and terminology, military communications, language of a military leader, logoepistemes, discourse, rhetoric.*

В настоящее время наблюдается интенсивный рост интереса к проблемам повышения эффективности речевого воздействия руководителя в интересах качественного решения управленческих задач. В связи с этим требования к речи офицера, ранее формулируемые в основном с позиций правильности, т. е. соблюдения стилистически-нормативного строя речи, начинают трансформироваться в сторону всестороннего обеспечения решения задач военной речевой коммуникации.

Под *военной речевой коммуникацией* понимается единство информационной и коммуникативной составляющих речевой деятельности военнослужащих [4, с. 20].

Информационная составляющая речевой деятельности военнослужащих характеризуется прежде всего обилием специальной военной лексики и терминологии, уверенное использование которых представляет определенную трудность, особенно для курсантов первых курсов военных вузов. Объяснение этому видится в отсутствии связи военных терминов с культурно-историческими знаниями и служебным опытом будущих офицеров.

С другой стороны, в процессе решения служебных и боевых задач часто возникает необходимость быстро сформировать определенный эмоционально-волевой настрой у

подчиненных, помочь им преодолеть психотравмирующее воздействие факторов современного боя, противодействовать информационно-психологическому воздействию противника. К сожалению, до настоящего времени не проводилось исследований, посвященных средствам усиления выразительности речи военных руководителей, отвечающих весьма специфическим требованиям образно-эмоционального воздействия в военных речевых коммуникациях, в частности, в жанре вдохновляющей речи.

Современная коммуникация требует от ее участников большого количества историко-культурных знаний и навыков облекать эти знания в слово и воспринимать в слове. Эффективная коммуникация предполагает соучастие слушающего и говорящего, опирающихся при этом на свои знания, на свое умение пробуждать в сознании широкий круг ассоциаций в соответствии с сигналами, заложеными в воспринимаемый текст.

Все чаще в языке средств массовой информации и в повседневной разговорной речи встречаются выражения, продуцирующие в процессе их восприятия дополнительные смыслы, порождающие дополнительные ассоциации, не связанные напрямую с первоначальными словообразами. Эти выражения могут существовать в виде слова-понятия, крылатого выражения, пословицы, фразеологизма, фразы прецедентного текста и т. п., важно, что они отсылают к неким фактам истории или явлениям культуры, равно знакомым и автору и адресату речи, вызывающим общие ассоциации. Такие выражения принято называть *логоэпистемами* (от греч. «логос» – знание и «эпистема» – понимание).

«...Логоэпистема – это языковое выражение следа отражения действительности в сознании носителей языка в результате постижения ими ценностей культуры» [3, с. 34].

Использование логоэпистем в речи военного руководителя позволяет быстро и, что самое главное, ненавязчиво сформировать у слушателей определенный эмоционально-волевой настрой. Логоэпистемы способствуют и установлению контакта между оратором

и аудиторией, облегчающего реализацию целей речевого воздействия.

Источниками логоэпистем выступают:

- произведения классической литературы, особенно поэзии (комедия «Горе от ума» обогатила язык 49 логоэпистемами, например: «и дым Отечества нам сладок и приятен», «Времен Очаковских и покоренья Крыма») [1, с. 47, 33];

- фразеологические обороты («брат на прицел», «бросить перчатку») [6, с. 41];

- фразы из популярных кинофильмов («кто с мечом к нам придет, от меча и погибнет», «есть такая профессия – Родину защищать») [1, с. 137, 98];

- слова песен («если завтра война», «любимый город может спать спокойно», «вставайте, люди русские») и даже рекламных роликов («танки грязи не боятся») [2, с. 55, 61];

- крылатые слова и выражения («перейти Рубикон», «дамоклов меч») [5, с. 23, 35];

- фольклор (пословицы и поговорки, например: «один в поле не воин», «жить – Родине служить»);

- изречения военных, государственных и политических деятелей, афоризмы («пришел, увидел, победил», «бить врага малой кровью, на его территории», «глазомер, быстрота, натиск») [1, с. 236, 341, 139];

- цитаты из текстов официальных документов («ни шагу назад!»).

Прекрасно использовал, например, фольклорные логоэпистемы А. В. Суворов. Значение воинского обучения он в «Словесном поучении» передавал пословицей «Дело мастера боится, и крестьянин не умеет сохой владеть: хлеб не родится» [7, с. 137]. Солдаты – вчерашние крестьяне очень хорошо понимали значение слов «хлеб не родится», ассоциировавшимися у них с неминуемой голодной смертью, поэтому мысль полководца воспринималась прямой связью обученности и сохранения жизни солдата.

В настоящее время большой пласт логоэпистем составляют с обязательным снижающим ироническим переосмыслением тексты официальных документов, лозунгов и призывов советской эпохи («все ушли на

*фронт», «наши силы неисчислимы», «под знаменем Ленина вперед, к победе!»).*

В то же время наблюдается и обратный процесс – процесс перехода военных терминов («на линии огня», «разведка боем», «в авангарде»), словесных команд («к бою», «на плечо», «на первый-второй рассчитайсь!»), военного жаргона («зеленые берет», «голубые каски») в общезыковое употребление. При этом указанные языковые единицы приобретают характер логоэпистем, т. е. процесс их восприятия даже при употреблении в прямой номинации вольно или невольно сопровождается продуцированием дополнительных смыслов. В этой связи отметим значение логоэпистем для повышения эффективности усвоения информационной составляющей военной речевой коммуникации – овладения военной лексикой и терминологией. Содержание понятия «разведка боем» для молодого солдата или курсанта, слушавших песню В. Высоцкого с тем же названием, будет эмоционально окрашено и усвоится быстрее, чем у их сверстников, не знакомых с песней.

Отмечаемые В. Г. Костомаровым и Н. Д. Бурвиковой процессы «карнавализации» русского словоупотребления приводят к феномену трансформации логоэпистем (возникновению логоэпистемоидов, по терминологии авторов), носящий выраженный шутливо-иронический характер языковой игры. «Рота (люди) особого назначения», «Солдаты неудачи». Огромное количество рекламных слоганов, заголовков статей периодической печати представляют собой логоэпистемоиды.

Логоэпистемы оказываются эффективным средством передачи смысла, эмоционального и убеждающего воздействия на слушателя (читателя), построения современного дискурса. Смысл логоэпистем в том, что они позволяют ярко, образно, с опорой на исторический опыт и культуру народа и – что немаловажно – кратко, одним намеком, «свернуто», выразить мысль и чувство. Разумеется, это достижимо в общении с людьми, владеющими тем же или, по крайней мере, сходным набором логоэпистем.

Отсюда возникает, по мнению В. Г. Костомарова и Н. Д. Бурвиковой, идея «культурной грамотности», т. е. выделения минимума необходимых в данной национальной традиции логоэпистем, составления их словаря, целенаправленного обучения владению ими [3, с. 53].

В ходе исследования логоэпистем автором были составлены словари военных логоэпистем, военной лексики и фразеологии, насчитывающие около 1350 языковых единиц, которые могут быть использованы для формирования коммуникативной компетенции офицеров, а также для повышения эффективности процесса обучения владению военной лексикой и терминологией курсантов военных вузов. Результаты анализа показывают, что источниками военных логоэпистем выступают:

- слова песен – 16,22%;
- фразеологические обороты – 20,89%;
- произведения классической литературы – 10%;
- фразы из популярных кинофильмов – 9,78%;
- крылатые слова и выражения – 4,22%;
- афоризмы – 3,56%;
- лозунги – 3,63%;
- команды и военные термины – 17,56%;
- фольклор (поговорки и пословицы) – 1,63%;
- тексты официальных документов – 1,93%.

Обращает на себя внимание факт примерного равенства вклада литературных произведений и кинематографа, что является естественным следствием развития этого «важнейшего из всех искусств», и количественное преобладание логоэпистем, берущих начало в песенной лирике. И то и другое вполне объяснимо: легче всего запоминается ритмически и музыкально обработанная информация (песни и стихи) и информация, наложенная на видеоряд. Именно наличие «картинки» обязано практическое равенство долей лозунгов, взятых с советских плакатов времен Великой Отечественной войны, и крылатых выражений, история которых насчитывает не один век.

Все вышесказанное, в частности, позволяет сделать чрезвычайно важный **практи-**

**ческий вывод.** Призыв на военную службу как срочную, так и контрактную, должен обеспечиваться большим количеством рекламной видео- и печатной продукции, использующей в качестве текстов или лозунгов логоэпистемы. Иррациональное, по сути, решение человека подвергать жизнь опасности должно основываться не на угрозе уголовной ответственности за уклонение от призыва или предложении материальных выгод и преимуществ в случае подписания контракта, а на приведении его в определенное эмоциональное состояние, облегчающее принятие этого решения. Причем достигается это также порой иррациональными или парадоксальными средствами. Широко известен, например, слоган вербовщиков морской пехоты США: «Вы сможете посмотреть мир, познакомиться с интересными людьми и... убить их!»

Риторика как наука и искусство целесобразного построения речи все больше сближается с философией, социологией, этнографией, историей и психологией. «Если прежде употребление в речи пословицы, афоризма, крылатого слова, говорящих имен, цитат было в основном направлено на украшение речи, то сейчас это осмысливается как социокультурный феномен, актуализирующий внутритекстовые и межтекстовые связи употребленной в речи единицы, ее “развертывание”» [3, с. 65]. Лексика военного руководителя должна содержать элементы, способствующие трансформации процесса военной коммуникации от линейного к линейному, пробуждения комплекса ассоциативных культурно-исторических связей коммуникантов. Перспективным направлением развития речи военнослужащих является целенаправленное обучение их владению логоэпистемами.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Душенко К. В.* Словарь современных цитат. М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. 736 с.
2. *Калугин В.* Антология военной песни. М.: ЭКСМО-Пресс, 2006. 800 с.
3. *Костомаров В. Г., Бурвикова Н. Д.* Старые мехи и молодое вино. Из наблюдений над русским словоупотреблением конца XX века. СПб.: Златоуст, 2001. 72 с.
4. *Максимов В. И.* Русский язык и культура речи. М.: Гардарики, 2004. 413 с.
5. *Пигулевская И. С.* Не мудрствуя лукаво. Крылатые слова и выражения. М.: ЗАО Центрполиграф, 2006. 319 с.
6. *Степанова М. И.* Фразеологический словарь русского языка. СПб.: ООО «Виктория плюс», 2008. 608 с.
7. *Суворов А. В.* Наука побеждать. // Собр. матер., докум. и стат. / под ред. В. Н. Лобова. М.: Воениздат, 1990. 470 с.