



В. Н. Суздальцева

# ОБРАЗ ВЛАСТИ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ вербальный аспект

**В. Н. Суздальцева**

**Образ власти в современных  
российских СМИ.  
Вербальный аспект**

*Текст предоставлен издательством*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=65922078](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=65922078)*

*Образ власти в современных российских СМИ. Вербальный аспект:  
Факультет журналистики МГУ; Москва; 2017*

**Аннотация**

Монография посвящена выявлению и анализу тех вербальных средств, с помощью которых в современных российских СМИ создается представление о власти, или образ власти. Вербальные составляющие образа (ВСО) рассматриваются с точки зрения их семантических характеристик и особенностей воздействия на массовую аудиторию. Книга адресована специалистам, изучающим особенности современной медиаречи, журналистам, а также магистрантам и аспирантам факультетов журналистики.

В формате PDF A4 сохранен издательский макет.

# Содержание

В. Н. Суздальцева	6
Что есть власть?..	7
Глава I. Образ власти в российской ментальности и в русской словесности	10
1.1. Власть в российской ментальности и в русской словесности. Смысловое пространство «власть». Понятие «образ власти». факторы, определяющие характер языкового наполнения смыслового пространства «власть»	10
1.1.1. Власть в российской ментальности и в русской словесности	10
1.1.2. Смысловое пространство «власть». Понятие «образ власти»	14
1.1.3. Образ и имидж	16
1.1.4. Факторы, обуславливающие особенности вербального наполнения смыслового пространства «власть»	18
1.1.5. Семантические особенности, смыслового пространства «власть», обусловленные этими факторами: «зона позитива» и «зона негатива». Система бинарных оппозиций как	26

структурообразующая основа смыслового пространства «власть»	
1.1.6. Многоуровневость бинарных оппозиций. Оппозиция «свой/чужой» в смысловом пространстве «власть»	28
1.1.7. Оппозиция «народ / власть» (синонимично: «население / власть»). Ее соотнесенность с бинарной оппозицией «свой/чужой»	30
1.1.8. Языковые средства, с помощью которых конструируется образ власти	33
1.1.9. «...И вот общественное мнение...»	36
1.2. Власть в картине мира постперестроечной России. Общие черты: снятие прежних запретов. Свобода в изображении власти и отдельных ее представителей	38
1.3. «Что написано пером...». Характер отображения власти в печатных массмедиа 2000-2016 гг.	46
1.3.1. Расширение корпуса текстов о власти	46
1.3.2. Специализированные издания	46
1.3.3. Новые жанры и новые форматы	47
1.3.4. Пересмотр границ: «вторжение» в частное пространство другой личности	49
1.4. «...Словом можно соединить людей, словом можно и разъединить их...» (Л.Н.	57

Толстой). Основные языковые особенности смыслового пространства «власть» в российских массмедиа 2000-2016 гг.	
1.4.1. Увеличение тематических групп лексики в смысловом пространстве «власть»	57
1.4.2. Увеличение числа метафорических моделей	58
1.4.3. Право на оценку	59
1.4.4. Эмотивность текстов	63
1.4.5. Господствующие интенции в освещении деятельности власти. Языковые способы их реализации	65
1.4.6. Интерпретации руководителей советского периода, в первую очередь Ленина и Сталина	75
1.4.7. Бинарная оппозиция «народ/ власть». Ее смысловая и аксиологическая интерпретация в СМИ 2000-2016 гг.	81
Конец ознакомительного фрагмента.	85

**В. Н. Суздальцева**  
**Образ власти в современных**  
**российских СМИ.**  
**Вербальный аспект**

© Суздальцева В.Н., 2017

© Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2017

# Что есть власть?..

Одно из значений существительного *власть*, согласно словарю В.И. Даля, – «начальство, начальник или начальники» [Даль Т.1. 1999: 213]. Толковый словарь русского языка под редакцией Д.Н. Ушакова, перечисляя значения существительного *власть*, под цифрой 5 указывает: «**Власть...** *чаще мн.* Лица, облеченные властью, начальство» [Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. Т.1. 2000: 310]. В изданной в 2004 году коллективной монографии «Власть в русской языковой и этнической картине мира» *власть* рассматривается как персонифицированный носитель/носители властных полномочий и первый из двух субъектов: «власть/население (народ)» властной коммуникации [Ермаков Ким Михайлова Осетрова Суховольский 2004: 22]. Е.И. Шейгал выделяет концепты «власть» и «политик» как два основных концепта политического дискурса [Шейгал 2004: 69] и рассматривает лексику *власть* во всех ее аспектах: лексико-семантические варианты, ассоциации и паремии, им соответствующие, синтаксические и семантические валентности и т. д. При этом одним из значений слова *власть* указывается следующее: «конкретные представители политической власти (органы и лица, облеченные властными полномочиями)» [Шейгал 2004: 70]. Аналитический словарь-справочник В.Ф. Халипова, Е.В. Халиповой, В.А.

Михайлова и И.А. Исаева «Власть. Политика. Государство и государственная служба» к 4-му значению существительного *власть* дает определение: «лица, государственные служащие, органы, облеченные соответствующими государственными, административными полномочиями» [Халипов Халипова Михайлов Исаев 2007: 57]. Существительное *власть*, таким образом, в одном из значений является собирательным, и в этом – собирательном – значении оно наиболее актуально для словоупотребления в современных российских массмедиа.

Анализ 5 произвольно выбранных номеров газет (Новые Известия, 16.09.2014; Независимая газета, 01.03.2016; Московский комсомолец, 09-06.10.2016; Яблоко, январь 2017, № 1; Южные горизонты, 20-26.01.2017, № 2) дал следующие результаты: общее количество словоупотреблений существительного *власть* – **105**; из них 16 – в отвлеченном значении «политическое господство; право управления государством или регионом» [Большой толковый словарь русского языка 2001: 135]; 89 – в отмеченном выше значении из «Аналитического словаря-справочника» В.Ф. Халипова, Е.В. Халиповой, В.А. Михайлова, И.А. Исаева.

Можно сказать, что именно в этом, наиболее частотном по употреблению, значении слово *власть* входит в число семантических констант современного массмедийного публицистического дискурса. Итак, *власть* (а также *власти*) – это лица и органы, облеченные властными полномо-

**чиями: начальство и начальники разных уровней, люди, управляющие государством. В этом значении существительное *власть (власти)* будет использоваться в дальнейшем изложении.**

# **Глава I. Образ власти в русской ментальности и в русской словесности**

## **1.1. Власть в русской ментальности и в русской словесности. Смысловое пространство «власть». Понятие «образ власти». факторы, определяющие характер языкового наполнения смыслового пространства «власть»**

### **1.1.1. Власть в русской ментальности и в русской словесности**

Систематическое обращение к теме власти в современных средствах массовой информации закономерно. Оно соответствует общей традиции русской словесности и русской

журналистики. Власть, от которой зависят практически все сферы жизни, всегда занимала и занимает одно из центральных мест в общероссийской ментальности. Однако способы, с помощью которых формировалось и фиксировалось в когнитивной базе российского народа суждение о власти, менялись и были различны в разные исторические периоды. В Древней и в Средневековой Руси после принятия христианства утверждается представление о богоизбранности великого князя, затем царя, которого следует считать «не только помазанником Божиим, но и живым воплощением Бога на земле» [Кондаков 2007: 120]. При этом характер коммуникации между государством и обществом первоначально имеет на Руси тот же односторонний характер, который отмечен в кратологических исследованиях (кратология – от греч. *kratos* – ‘власть’, *logos* – ‘учение’ – наука о власти), описывающих западноевропейские политические традиции. А именно: «Государство... постоянно информирует общество «о себе», само создает «определенные образы и символы, через которые общество воспринимает государство и его деятельность» [Мамычев 2002 [metodologlab.narod.ru/ power/ st.4htm](http://metodologlab.narod.ru/power/st.4htm)]. Население в порождаемых им текстах о власти всего лишь зеркально отражает представления, продиктованные самой властью. В древнерусских «Повестях» и «Сказаниях» XV–XVII вв. был создан образ «благого, христолюбивого» царя – идеального правителя, основная черта которого – «неимение грехов», «безгрешность, вплоть до непо-

рочности и блаженства» и вместе с тем обладающего правом «быть суровым, жестким, даже «грозным» царем» [Ермаков Ким Михайлова Осетрова Суховольский 2004: 256-257]. Все это выражалось в метафорике, оценочных эпитетах, в высказываниях с имплицитно присутствующей оценочностью, а также в общей оценке изображенных исторических событий и лиц. Произведения российской словесности воплощали идею, утверждаемую самой властью: о «богоизбранности Русской земли» и о «богоустановленности» власти великого князя [там же: 232]. Таким образом, второй субъект властной коммуникации – российское общество – длительное время во взаимодействии с властью выступал по сути дела в качестве послушного участника, который воспроизводил суждения о власти, навязанные ей самой, а о своих нуждах заявлял лишь эпизодически и осторожно (например, челобитные в России с жалобами на притеснения местных властей) и открыто почти не обнаруживал своих истинных реакций на власть. Образ царя, сконструированный в паремиологическом собрании русского народа, также выражает крайнюю почтительность, благоговение: *«Светится одно солнце на небе, а царь на земле»*; *«Нет больше милосердия, как в сердце царево»*; *«Без царя – Земля (или: Русь) вдова»* [Алексеев 2003: 6]; *«Без царя народ сирота»*, *«Без Бога свет не стоит – без царя земля не правится»*, *«Государь, батюшка, надежда, православный, белый царь»* [Даль Т.4 1999: 570]. Только в отдельных пословицах и поговорках прослежива-

ются, зачастую выраженные эвфемистически, ропот, недовольство судьбой и отсутствие веры в подлинную справедливость, на это указывает В.П. Аникин [Аникин 1987:

643]. См., например, приведенные в словаре В.И. Даля выражения: *«До царя дойти – голову нести»*, *«Царь не огонь, а ходя близ него опалишься»*, *«Близ царя – близ смерти»* [Даль Т.4:570]. Четко негативная оценка власти дается в некоторых пословицах, посвященных власти, как мы сейчас говорим, «среднего» и «низшего» звеньев, – законникам, судьям, начальству, а также приказным и подьячим, например: *«Законы святы, да законники супостаты»*, *«Не бойся закона, бойся судьи»* [Пословицы и поговорки русского народа. Из сборника В.И. Даля: 211, 215]; *«Судьям полезно, что им в карман полезло»*, *«От черта отобьешься дубиной, а от подьячего полтиной»* [Алексеев: 9]. Баре и бояре в пословицах – также виновники всех бед: *«Царские милости сквозь боярское сито сеются»*; *«Воевода хоть не стоит лыка, а ставь его за велика»* [там же: 8]; *«Хвали рожь в стогу, а барины в гробу»* [Пословицы и поговорки русского народа. Из сборника В.И. Даля: 519].

В новое и новейшее время появление в России газет и журналов, затем радио, телевидения, интернета привело к тому, что все более влиятельными в формировании представлений о власти постепенно становились средства массовой информации, то есть слово, исходящее от общества. Однако и при этом еще долго – вплоть до конца 80-х гг. XX

века – высказываемые в отечественных СМИ оценки обстоятельств современной жизни и современной власти не выходили за рамки того, что было позволено самой властью. Изменения начались с конца 80-х гг. XX века – начала эпохи гласности и открытости. И в настоящее время, на наш взгляд, именно средствам массовой информации и создаваемой ими оценочной интерпретации картины мира принадлежит главенствующая роль в конструировании того образа власти, который фиксируется в коллективном сознании россиян.

### **1.1.2. Смысловое пространство «власть». Понятие «образ власти»**

Итак, власть, то есть люди, возглавляющие государство, управляющие государством, а также люди, входящие в органы государственного управления разных уровней, – одна из основных содержательных составляющих в информационном пространстве СМИ. Представление о власти создают ее непосредственные названия, характеристики, обозначения действий власти, а также все те слова, сочетания слов и фразы, с помощью которых сообщается о внутренних общественных и политических проблемах России, о ее внешней политике – то есть о тех областях жизни, которые находятся в компетенции власти. Все эти вербальные единицы образуют в текстовом континууме СМИ **смысловое про-**

**странство «власть».** С точки зрения семантической организации смысловое пространство «власть» представляет собой гетерогенное образование. В него входят: 1) слова, обозначающие власть в целом и ее отдельных представителей; 2) слова, обозначающие действия власти; 3) лексика, называющая способы и результаты действий власти; 4) лексика, с помощью которой даются оценка власти и ее характеристики; 5) слова и сочетания слов, обозначающие реакцию населения на власть и ее действия; 6) другие слова и словосочетания, которые обозначают все то, что не связано напрямую со служебными действиями власти, но имеет непосредственное отношение к ней, т. е. слова, входящие в тематические группы: характер, привычки, внешность, хобби, друзья, семья, быт и нек. др. В разные исторические периоды, в зависимости от идеологического и социального состояния общества, смысловое пространство «власть» заполняется единицами языка, соотносящимися с разными денотативными областями и обладающими разными экспрессивно-эмоциональными свойствами. Можно сказать, что суммарно из этих единиц в текстах массмедиа складывается представление о власти, или образ власти. Этот образ сопоставим с категорией «образ автора», которую В.В. Виноградов выводил в качестве одной из основных категорий поэтики художественного текста [Виноградов 1930: 41]. По В.В. Виноградову, «образ автора» – это «идейно-стилистическое средоточие» произведения [там же: 41]. Это то представление об авторе, кото-

рое создается у читателя из всех оценок, высказанных в произведении, из «распределения света и тени при помощи выразительных речевых средств», из «переходов от одного стиля изложения к другому» и т. д. [Виноградов 1959: 155]. Подобно этому в значительном массиве массмедийных текстов власть зачастую оказывается смысловым центром, на котором, в конечном итоге, концентрируется внимание журналистов. Она может быть непосредственным объектом изображения, но чаще то или иное событие становится поводом для размышлений о власти, прямо или косвенно отсылает к власти и бросает на нее либо световой блик, либо тень.

### 1.1.3. Образ и имидж

С 90-х годов прошлого века в российском лексиконе, относящемся к политике, к политическим и государственным деятелям, наряду с термином «*образ*» утвердился термин «*имидж*». Исследователи определяют *имидж* как «искусственно формируемый образ какого-либо явления» [Квесько, Квесько 2008: 24]: отдельного лица, целой организации, предмета и т. д. Назначение имиджа в том, чтобы, сообщив рациональную и эмоциональную информацию об объекте, побудить реципиента «к определенному социальному действию» [там же: 18]. *Образ* и *имидж* – близкие понятия, зачастую употребляемые как синонимы. Вербальные средства, с помощью которых создаются образ и имидж, также

во многом совпадают. Однако эти понятия не тождественны. **Имидж** – это **целенаправленно** формируемое представление о предмете, «наделяющеее объект... дополнительными ценностями (социальными, политическими)» [Гринберг 2005: 160]. То есть **имидж** – это то, что конструируется **сознательно** и обычно не вполне адекватно отображает объект, **с намеренным** преувеличением или преуменьшением каких-либо его свойств. **Образ власти**, складывающийся в информационном пространстве СМИ и внедряющийся в сознание массового адресата, создается: а) в какой-то части – в результате **целенаправленных** речевых действий автора-журналиста, который **намеренно акцентирует** информацию о тех или иных сторонах объекта, т. е. власти, или, наоборот, **сознательно умалчивает** о чем-либо (о приемах акцентирования/умолчания см. ниже, сс. 26; 166); б) в какой-то части – **непреднамеренно**, под влиянием принятых в обществе оценок и представлений, с которыми и массовый адресат, и сам журналист соотносят сообщаемую информацию. Кроме того, **имидж** рождается **в небольшом, с точки зрения разнообразия, и ограниченном временными рамками пространстве текстов**, в значительной части **повторяющихся** на данном синхронном срезе (см., например, лозунги, плакаты, тексты, сопровождающие портреты кандидатов во время предвыборных кампаний и т. п.). А **образ власти** – это **суммарное представление**, которое складывается в сознании массового адресата **посте-**

*пенно, из множества всевозможных обозначений власти и оценок, высказанных в разных текстах* массмедиа на протяжении какого-то *достаточно длительного периода времени*. Поэтому в дальнейшем изложении, анализируя смысловое пространство «власть», мы отказались от термина *имидж* и использовали словосочетание *образ власти*.

### **1.1.4. Факторы, обуславливающие особенности вербального наполнения смыслового пространства «власть»**

Какие экстралингвистические факторы предопределяют выбор языковых средств, с помощью которых конструируется образ власти?

**а) Важнейшую роль играют социально-исторические, политические условия существования общества в данный момент.** Так, долгое время отсутствие негативно-оценочных элементов в аксиологической модели российской власти диктовалось утвержденным в законодательстве запретом на критику власти и страхом наказания. Хула (то есть ‘резкое осуждение, слова, порочащие кого-либо’ [Большой толковый словарь русского языка: 1456]) на власть приравнивалась к государственной измене, и тот, кто был в ней уличен, жестоко карался. «Слово и дело», «Государево слово и дело» – юридический термин, бытовавший в московской Руси с 30-х годов XVII века, особо распро-

странившийся при Петре I, обозначал **«государственные преступления»**, в число которых входило **«всякое словесное оскорбление величества и неодобрительное слово о действиях государя»** [Брокгауз Ефрон 1890-1907 [bibliotekar.ru/bes/230.htm](http://bibliotekar.ru/bes/230.htm)]. В фундаментальном словаре А.Р. Андреева «Российская государственность в терминах. IX – начало XX века» указывается, что в Петровскую эпоху «основную массу преступлений по «Слову и делу» составляли «непристойные слова», содержащие угрозу здоровью и жизни или оскорбление чести императора» [[russian\\_statehood.academic.ru/782/СЛОВО](http://russian_statehood.academic.ru/782/СЛОВО)]. В 30-е годы XVIII века, при Анне иоанновне, «непристойными», «предерзостными» и «поносными» словами в адрес императрицы стали считаться и все случайные описки, оговорки, по чьей-то невнимательности употребленные рядом с именем или титулом императрицы [там же]. Термин «Слово и дело» был отменен в 1762 году Петром III. Однако отождествление права на критику власти с нанесением оскорбления власти и государству сохранялось в России еще долгое время, вплоть до конца XX века. Отсутствие свободы слова и борьба с инакомыслием неизменно перерастают в отсутствие свободы мысли: так, в сталинские времена страх перед репрессиями приучал людей не только не говорить, но и не думать то и о том, что было запрещено властью. Демократические изменения, гласность, открытость, продекларированные в России при М.С. Горбачеве, привели не только к раскрепощенности в выра-

жении оценочной модальности в разного рода текстах, в том числе, разумеется, в текстах СМИ, но и к раскрепощенности мысли. Выдающийся современный философ Г.Ч. Гусейнов так характеризовал этот период: «Само появление свободного дискурса ошеломило людей, столкнуло каждого носителя языка с самим собой как с носителем *другого сознания* [Выделено Г.Ч. Гусейновым – В. С.]...*Другим сознанием* стал для носителей языка весь их отложившийся в языке старый опыт существования в идеологическом обществе» [Гусейнов 2003: 6];

**б) Общациональные архетипические оценки и реакции в отношении власти.** Ими также определяется восприятие власти и интерпретация ее в текстах разных периодов. Одной из основных специфических черт российской ментальности ученые называют *амбивалентность* (то есть двойственность) в отношении народа к власти [Колесов 2007: 520]. В.В. Колесов подчеркивает, что русский человек постоянно ищет «авторитета» («...русский патернализм») и при этом он постоянно отвергает то, что ему навязывается: «русский подчиняется», но «авторитета в конечном, запредельном счете... главного и единственного, для него все же нет...И в этом причина многих трагедий и бед» [Колесов: 520]. Проявление амбивалентности – легкость, с которой русский народ в поисках идеального властителя делает сакральной фигуру того или иного политического лидера (Ленин, Сталин в советские годы, попытка возродить миф

о Сталине как о «великом вожде» советского народа в наши дни) или, наоборот, низвергает прежнего кумира. Двойственность в мышлении и упрямство приводят, в конечном итоге, к неспособности объективно оценить ситуацию или персону политического / государственного лидера. Пример тому – столкновение двух противоположных мнений о Сталине в телепрограмме Владимира Соловьева «Поединок» от 3 марта 2016 года и результат голосования телезрителей по этой словесной дуэли. Заявленная ведущим тема диалога – **«Сталин и сталинская эпоха. Как, сохраняя объективный взгляд на историю, извлечь уроки на будущее?»**. Участники – председатель Либерально-демократической партии России Владимир Жириновский и председатель партии Великое Отечество Николай Стариков. Противоположные мнения о Сталине вербализованы ведущим в обозначениях-характеристиках: **«великий правитель» – «кровавый диктатор»**. В выступлении В. Жириновского – множество слов с негативной оценочностью (и той, которая заключена в семантике слова, называющего негативные, отвергаемые обществом явления, и коннотативной): *«самый кровавый диктатор в истории человечества, а не только в истории нашей страны», «вся деятельность Сталина – это уничтожение конкурентов», «человек неприметный, ничего не умел», «уничтожена церковь», «уничтожена литература», «уничтожена промышленность», «проиграл войну, и 41-й, и 42-й год», «тотальное разрушение», «в наруч-*

никах вся страна была... лагерями покрытая, с тифом, с каторгой», «Все его ненавидели, кто знал, какой он негодяй и преступник», «арестовывали людей», «Кирова убил Сталин», «демократии в стране не было, никого не выбирали», «это был деспот, он всех расстреливал», «такие люди не должны быть во главе государства» и т. д. Однако В. Жириновскому не удастся склонить на свою сторону не только оппонента (Н. Старикова), но и зрительскую аудиторию. Результат голосования телезрителей: 29 832 – за Жириновского, 81 256 – за Н. Старикова, защищавшего Сталина, подчеркивавшего достижения его эпохи. Этот результат – яркое проявление амбивалентности. Несмотря на убедительность доводов В. Жириновского, побеждает ностальгия значительной части общества по «сильной руке» и жесткому правлению и вместе с тем упрямое нежелание признать страшные и бесспорные факты, не пропущенные (к счастью!) через собственный жизненный опыт;

**в) Материальные, физические и психологические потребности, которые испытывает общество,** в том числе и журналисты, в данный момент, также относятся к числу экстралингвистических факторов, обуславливающих вербальную наполненность смыслового пространства «власть». Некоторые исследователи считают, что восприятие власти населением определяется именно ими. При этом неудовлетворенные потребности, по мнению авторов коллективной монографии «Образы российской власти: От Ель-

цина до Путина», могут сыграть «роль спускового крючка» [2009: 106]. Они оказываются той призмой, которая: а) «отражает или искажает объективные характеристики существующей реальной власти» [там же: 106]; б) определяет качества складывающегося в сознании населения образа власти идеальной [там же: 106]. Так, отмеченный выше возросший интерес современных россиян к фигуре Сталина – это проявление неудовлетворенной потребности в сохранении порядка и законности, а также потребности в национальной самоидентификации, которая порождает мечту о независимой, сильной, пусть даже тоталитарной власти. Потребность в восстановлении авторитета России как одной из сильнейших держав мира, страны, победившей фашизм, диктует содержание и выбор языковых средств во многих публикациях газеты «Завтра» (см., например, статью А. Проханова «*Свято-мученик Иосиф*», с использованием разнообразных метафор-конфессионализмов: «*Сталин – это чудотворец победы*»; «*Он принял мученическую смерть за Родину, за чертог Богородицы*» и т. д.). Этой же потребностью объясняется победа Сталина в телевизионном проекте «*Имя России*» в июле 2008 году.

К психологическим потребностям относятся также: а) потребность в самореализации (то есть стремление к достижению необходимого социального статуса, обретению уважения и внимания со стороны окружающих); б) потребность в самоактуализации – стремление личности стать равной са-

мой себе идеальной [Образы российской власти: От Ельцина до Путина: 107]. Невозможность полностью удовлетворить их – одна из причин распространения иронии и скепсиса в текстах о власти постперестроечного периода. В иронических и скептических интонациях обнаруживается в том числе разочарованность части общества: «граждане перестают ожидать именно от власти реализации своих потребностей» [там же: 107].

Наконец, негодование, вызванное *мигалками, спецномерами и спецсигналами* (активизация этой лексики – в многочисленных публикациях СМИ первого десятилетия XXI в., например: «С привилегиями для чиновничьих авто «Новая газета» борется уже шестой год. В 1999-м началась наша акция «Нет мигалкам на дорогах!»» – Нов. газ., 2004, № 30; «Инициатива по запрету «мигалок» для чиновников набрала 100 тысяч голосов россиян» [загол., drom.ru 8.03.2014], объясняется, кроме всего прочего, неудовлетворенной физической потребностью – отсутствием свободы проезда, бесконечными пробками на дорогах. А раздражение, вызванное этими неудобствами, стимулирует психологическую потребность разрядить его на ком-то – разумеется, на власти;

**г) Существенную роль в выборе языковых средств, наполняющих смысловое пространство «власть», играет социально-ролевая стратификация, принятая в социуме.** И.А. Стернин выделяет следующие ее основные черты. Социальные роли делятся на разновидности по: а) сте-

пени официальности: официальные, неофициальные, полуофициальные; б) по месту в иерархии: вертикальные и горизонтальные; в) по характеру воздействия: распорядительные и исполнительные [Стернин 1996: 7]. Исследователь выдвигает тезис об «аксиоме ролевого поведения», которая звучит так: «При исполнении той или иной роли в обществе надо оправдывать ролевые ожидания» [Стернин: 5], то есть соответствовать в поведении (речевом поведении) и общении нормам, принятым для данной ситуации. Для СМИ можно говорить о существовании константных параметров общения журналиста с властью. Это общение: а) официальное, б) всегда вертикальное, так как власть, даже в условиях демократии, неизменно занимает более высокое место в социальной иерархии, нежели журналист. Несоблюдение этих параметров вызывает ролевой конфликт и приводит к нарушению норм этикета, в том числе речевого этикета. (О подобных нарушениях в языке постперестроечных массмедиа см. ниже, раздел «Пересмотр границ: «вторжение» в приватное пространство другой личности», с. 35).

### **1.1.5. Семантические особенности, смыслового пространства «власть», обусловленные этими факторами: «зона позитива» и «зона негатива».**

#### **Система бинарных оппозиций как структурообразующая основа смыслового пространства «власть»**

Множество характеристик, обозначений лиц, действий и фактов, употребленных в отношении власти, выраженных эксплицитно или имплицитно оценок, группируются, в конечном итоге, вокруг двух оценочных полюсов **«хорошее»/ «плохое» (или: «положительное»/«отрицательное»)**, образуя в смысловом пространстве «власть» **«зону позитива» и «зону негатива»**. Понятия **«хорошее»/«плохое»** – это одна из наиболее общих бинарных оппозиций, с помощью которой человек формирует представление о мире и свое отношение к миру. Вспомним: бинарная оппозиция (лат. *binī* – ‘два’) – это «противопоставление понятий, действий, ситуаций... которые в свете структурализма рассматриваются как логические основы мыслительной деятельности человека и кодовых операций информационно-компьютерной техники» [<http://dedovkgu.narod.ra/>]

bib/slovar.htm]. Современные философы, семиотики и лингвисты считают, что система бинарных оппозиций лежит в «основе модели мира» [Цивьян: [www.rathenia.ru/folklore/tcivian2.htm](http://www.rathenia.ru/folklore/tcivian2.htm)] и является «универсальным средством познания мира» [Руднев 2009: 48]. В русском языке и общенациональной русской ментальности категории **«положительное»/ «отрицательное»** базируются на том, что закрепились как социально одобряемое/неодобряемое в российской аксиологической модели мира. Например, **положительное, хорошее** для россиянина – проявление таких качеств, как: ответственность, трудолюбие, бережливость, честность, открытость, бескорыстие, щедрость, рассудительность, отвага, жертвенность и нек. др. И диаметрально противоположное – **отрицательное, плохое** – связывается с такими понятиями, как: безответственность, лень, скаредность (прижимистость), алчность, расточительность, лживость, неразумие, трусость, эгоизм и нек. др. Каждое из названных представлений входит в бинарную оппозицию и имеет соотносительную, противоположно маркированную по оценочности пару (например: трудолюбие / лень; щедрость / скаредность и т. п.). В зависимости от того, какие из этих представлений позиционируются, создаются две полярные модификации образа власти, которые можно упрощенно обозначить: **«власть хорошая»/ «власть плохая»**. Оба этих образа издавна сосуществовали в российской общенациональной ментальности, воплощены в паремиологическом фон-

де. Власть хорошая – это воплощение вечной мечты любого народа о справедливости, достатке, безопасности, самоуважении, свободе; таков идеализированный в обыденном народном сознании образ царя: *«Без царя народ сирота», «Где царь, тут и правда»; «Бог милостив, а царь жалостлив»* [Даль. Т. 4: 570]. Власть плохая – та, которая не заботится о подданных, притесняет их и которую подданные не любят: *«Законы святы, да законники супостаты»; «Сверху легко плевать, а попробуй снизу»* [Пословицы и поговорки русского народа. Из сборника В.И. Даля: 211, 214].

### **1.1.6. Многоуровневость бинарных оппозиций. Оппозиция «свой/чужой» в смысловом пространстве «власть»**

Учеными отмечается, что семантика каждой из бинарных оппозиций многоуровнева: каждая из них способна проецироваться на другую. Т.В. Цивьян так характеризует эту «многослойность»: «Высокие – не только гора, но и социальное положение человека...» [Цивьян 2006: 13]. Предпосылкой соотносительности бинарных оппозиций может быть многозначность (как: «высокий»), а также тот тип дискурса, к которому данные оппозиции принадлежат. Для политического дискурса базовой, по мнению Е. И. Шейгал, является оппозиция «свои/чужие» [Шейгал 2004: 112]. Поэтому понятийно-аксиологическая оппозиция **«власть хоро-**

**шая»/«власть плохая»** осмысливается в текстах массмедиа в категориях «свой/чужой» (Отметим, однако, сразу, что применительно к власти представление «свой» уместно и актуально только в обществе демократического типа и не соотносится с властью в монархическом и тоталитарном государствах). Способом, обеспечивающим эту идентификацию, прежде всего является выбор слова (подробно об этом см. ниже, Глава II. Вербальные составляющие образа власти (ВСО), с. 67). Маркерами близости/чуждости в смысловом пространстве «власть» прежде всего становятся: а) вовлеченные в это пространство и названные словами явления, предметы, действия, качества в их соотнесенности с общенациональными оценочными стереотипами; б) способы их обозначения; в) формы имени собственного; г) эмоциональные и оценочные коннотации. Например, разнообразные шуточные номинации Ю.М. Лужкова в годы его пребывания на посту мэра Москвы являлись проявлением дружеской симпатии: *«Царь-кепка»* (указание на любимый головной убор бывшего мэра); *«Большие лужков, парков и скверов!»* (плакат, сообщающий о планируемых мероприятиях по благоустройству Москвы); *«Красуйся, град Лужков!»* (радио «Говорит Москва», 16.09.06). Наоборот, существительные *мигалки*, *спецномера* – артефактные детали в материалах о дорожных привилегиях депутатов Государственной думы – стали маркером чуждости.

### **1.1.7. Оппозиция «народ / власть» (синонимично: «население / власть»). Ее соотнесенность с бинарной оппозицией «свой/чужой»**

Существительное *народ* в качестве обозначения первого компонента оппозиции давно принято в большинстве лингвистических исследований по языку массмедиа. См., например, статьи Е.И. Шейгал, Т.А. Воронцовой, Н.И. Клушиной в фундаментальной коллективной монографии «Язык СМИ и политика» [Шейгал 2012: 133-134; Воронцова 2012: 599; Клушина 2012: 262]. Однако то значение существительного, которое актуализируется в данном случае, на наш взгляд, требует уточнения: в толковых словарях современного русского языка оно не сформулировано достаточно четко. См., например, в «Большом толковом словаре русского языка» под редакцией С.А. Кузнецова: *Народ* – «1. Население той или иной страны... 3. Основная трудовая масса населения страны» [Большой толковый словарь русского языка 2001:597]. Такие же толкования содержит «Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный» Т.Ф. Ефремовой и другие издания. Здесь неясно, чем народ противопоставляется власти как общественно-политическому институту: ведь власть – это часть населения, и тоже трудового.

Только в «Большом современном толковом словаре русского языка» 2012 года к слову **народ** в значении **3.** дается антоним: словосочетание: «господствующая или правящая элита» [<https://slovar.cc/rus/tolk/56426.html>].

В приводимой словарями сочетаемости существительного **народ** и в ассоциативных связях этого существительного: *трудовой народ, выйти из народа* (вспомним: «*Вышли мы все из народа, дети семьи трудовой...*» – Л. Радин) заявлена и оценочность, в российском сознании традиционно положительная, на фоне которой **власть** оценочно не маркирована и, следовательно, находится ниже на аксиологической шкале. Аксиологические характеристики предполагают, таким образом, и решение оппозиции «свой/чужие»: **народ** – это, безусловно, **свои**, а **власть** – неизвестно: **свои или чужие**.

Терминологическое значение существительного **население** в дискурсе политики (его употребляют авторы коллективной монографии «Власть в русской языковой и этнической картине мира» [Ермакова Ким Михайлова Осетров Суховольский: 22, 25]) тоже не определено строго. Согласно словарям, **население** – это «1. Совокупность жителей (области, страны и т. п.); народонаселение» [Большой толковый словарь русского языка: 599]. В таком случае **власть** – это часть населения. Это идет вразрез со ставшей конвенциональной для политического и массмедийного дискурса оппозицией «население/власть», «народ/власть» и противоречит

пониманию бинарности как основы языковой модели мира. Поэтому в дальнейшем изложении в рассмотрении оппозиции «народ/власть» («население/власть») существительные *народ*, *население* будут иметь значение: ‘**та часть населения страны, которая не во власти**’, ‘**те, кто не во власти**’.

Близкое предложенному толкование находим в четырехтомном «Толковом словаре русского языка» под редакцией Д.Н. Ушакова: **Народ** – «3. ...В эксплуататорском государстве – основная масса населения (преимущ. Крестьяне) в противоположность правящему, господствующему классу» [Ушаков Т. 2. 2000: 413]. Однако здесь присутствуют обозначения, не соответствующие современной политической и социальной ситуации нынешней России *эксплуататорское государство*, *крестьяне*. Поэтому использование такого определения в исследовании современных российских массмедиа неправомерно.

И бинарность, и разница в оценочности (*народ* – сочувственная, положительная; *власть* – нейтральная и потенциально отрицательная) в текстах СМИ конкретизируются в названиях рубрик и полос периодических изданий, в заголовках (см., например: «*Власть и мы*» (Юж. гор.), «*Власть и люди*» (Нов. газ.); «*Мы и депутаты*» (Южн. гор.), «*Власть и жители*» (Южн. гор.), а также в самих текстах массмедиа (подробно об этом см. ниже, раздел: «Бинарная оппозиция «народ/власть»). Ее смысловая и аксиологическая интерпре-

### **1.1.8. Языковые средства, с помощью которых конструируется образ власти**

В конструировании образа власти в текстах СМИ решающую роль играют следующие вербальные средства:

1. Семантика тех вербальных единиц, которыми заполняется смысловое пространство «власть» в данный исторический период времени. Известно, что концептуализация этноспецифической картины мира создается в первую очередь семантикой ключевых слов данного языка [Шмелев 2002: 295: 296]. А носитель языка, овладевая языком и, в частности, значениями слов, «начинает видеть мир под углом зрения, подсказанным ему родным языком» [там же: 296] и сживается с преподанной ему концепцией мира. Так же формируется картина мира в СМИ. И здесь решающую роль играют: а) смыслы тех слов, которыми наполняется массмедийный дискурс; б) выбор явлений действительности и – шире – денотативных областей, обозначенных словами; в) место, которое занимает названное словом явление, на аксиологической шкале русского народа. В зависимости от того, на чем фокусируют внимание создатели текстов массмедиа, в сознании массового адресата складывается представление о мире или отдельном его фрагменте, в нашем случае – о власти. Таким образом, **оценочные представления** «власть

хорошая»/«власть плохая» **закладываются прежде всего в диктум, то есть в фактическую информацию, сообщаемую в текстах.**

2. Коннотации – оценочные и эмоциональные: они также создают образ-представление. А именно: авторская оценочная модальность может определить угол зрения, под которым адресат воспринимает полученную информацию; это же воздействие оказывают и эмоциональные коннотации, так как многообразие эмоций распределяется по зонам: положительные эмоции/отрицательные эмоции;

3. Место слова и круг его связей в ассоциативно-вербальной сети (термин Ю.Н. Караулова) [Караулов 2002: 753]. Ассоциативно-вербальная сеть понимается следующим образом. В когнитивной базе как отправителя, так и получателя речи лексика данного языка представляет собой сеть, ячейки которой связаны с другими сразу несколькими причудливыми связями, и ближними, и дальними. «Любое слово в нашем сознании, в памяти (точно так же, как в речевой цепи), – пишет Ю.Н. Караулов, – не существует... в отдельности: оно десятками, сотнями «нитей» тянется к другим словам» [Караулов 2002: 751]. Употребление слова пробуждает в сознании слушающего эти связи, которые могут быть:

- а) когнитивными – отражать знание респондента о мире;
- б) прагматическими – отражающими отношение респондента к миру. Так, «Русский ассоциативный словарь» Ю.Н. Караулова, Г.А. Черкасовой, Н.В. Уфимцевой и др. приво-

дит следующие реакции на слово-стимул «правительство», относящиеся к полю «власть»: а) когнитивные реакции: *Горбачев, власть, глава, начальство, президент, руководство, Ельцин, закон, парламент, управлять, вожаки, возглавляет, главный, наше, страны, советское, народное, заседает, консерваторов, доклад, пиджак, путч, трибуны* и нек. др.; б) прагматические реакции: *плохое, мудрое, свергнуто, справедливое, тупое, в отставку* и нек. др. [Караулов Черкасова Уфимцева Сорокин Тарасов. Т.1 2002: 499]. Слово-стимул вызывает в сознании реципиента вербальную реакцию, со всем кругом ее оценочных, эмоциональных связей. Для СМИ это особенно важно, так как эти связи могут повлиять на восприятие сообщенной информации. Например, распространившееся в отечественных СМИ в первое десятилетие XXI века употребление слов *империя, имперский* (как: «*Солдат империи*» – об Александре Проханове – Радио РСН, январь 2010 г.; «*Мы сформулировали концепцию Пятой империи, нового государства Российского*» – Завтра, февраль 2009 г., № 7; «*Имперский стиль*» – название полосы той же газеты, где печатаются публицистические статьи; «*В активизации политики имперского гегемонизма... и состоит общечеловеческий интерес, точнее, к этому толкает планету природный инстинкт самосохранения*» – Литер. газ., 2003 г., январь) выражало стремление российского общества вернуть России статус великой державы и программировало соответствующие реакции у массовой аудитории. См. неко-

торые реакции на существительное *империя*, приведенные в указанном выше «Русском ассоциативном словаре»: *великая, Римская, Российская, власть, родина, большая великая держава, Древний Рим, красота, мощь, огромная, Петра, Россия, Русь, сила* [2002: 232]. Все они связаны с представлением о могуществе и величии.

### 1.1.9. «...И вот общественное мнение...»

Г.Ч. Гусейнов пишет о том, что в дискурсе как особом «открытом типе социальной коммуникации» [Гусейнов 2003: 5] носители языка «подвергают постоянной словесной переналадке... общую картину мира» [Гусейнов: 5]. На наш взгляд, следствием такой «переналадки» может быть: а) изменение представлений о каком-либо (каких-либо) вербально обозначенном объекте (объектах) картины мира и – далее: б) перемещение этого объекта на аксиологической шкале, изменение социальных ценностных стереотипов.

К наиболее действенным способам **изменения** представлений об объекте, в нашем случае – о власти – относятся приемы **акцентирования/умолчания**, то есть намеренного фокусирования на каких-либо сторонах власти, ее действий и их результатов (акцентирование) или последовательного неназывания каких-либо сторон ее деятельности или ее качеств (умолчание). **В реализации этих приемов принимают участие разные средства языка:** лексика деятель-

ностного поля, слова семантики отрицания, метафоры и актуальные в данный момент метафорические модели и нек. др. (об этом см. ниже, Глава II «Вербальные составляющие образа власти (ВСО)», с. 67 и далее).

**Оценочные стереотипные представления** возникают и меняются в результате «многократно повторяемой [выделено нами – В.С.] связи определенных символов с определенной категорией явлений» [Крысько 2003: 293]. Для *власти* – это: а) регулярное упоминание о ней в контекстах положительного/отрицательного характера; б) последовательная актуализация однотипных по оценочности компонентов бинарных оппозиций (об этом см. ниже, раздел «Образ власти в метафорических моделях современного массмедийного дискурса», с. 152). Перлокутивный эффект: создаваемое в текстах представление передается массовому адресату и в значительной мере определяет то мнение о власти, которое господствует в обществе в данный момент.

## **1.2. Власть в картине мира постперестроечной России. Общие черты: снятие прежних запретов. Свобода в изображении власти и отдельных ее представителей**

Конец 80-х – начало 90-х годов в России – время, когда **были сняты два запрета**, связанные с сообщениями о деятельности власти. Это: а) не объявленный официально **запрет на критику современной власти** в средствах массовой информации, в политическом дискурсе, в культурном пространстве в целом и б) не объявленный **запрет на объективное и всестороннее изображение власти и властителей России дореволюционного периода**. Начиная с этого времени свобода в изображении власти и отдельных ее представителей стимулировали в обществе повышение интереса к этой теме, многожанровость и многоаспектность в ее освещении. Разнообразные тематические выставки, проходившие в нашей стране, особенно в последние 10 лет, исторические исследования и исторические романы, документальные и художественные фильмы, посвященные тем, кто управлял Россией во все периоды ее существования, живописные полотна с изображениями этих людей,

памятники, многочисленные публикации массмедиа, посвященные этой теме, – стали постоянной составляющей в культурной и политической жизни постперестроечной России и вошли в число тех культурных событий, которые определяют современную общероссийскую ментальность. Важно, что в названиях многих выставок, фильмов, выпущенных за эти годы альбомов и книг, живописных полотен отразился пересмотр прежних оценок исторических событий и исторических личностей. См., например: *«Утраченные иллюзии. Павел I – эпоха или личность»* (выставка, 2011 г.); *«Русский Гамлет. Павел I, отвергнутый император»* (роман Е. Хорватовой, 2011 г.); *«Самодержавный Дон Кихот. К 180-летию коронации императора Николая I»* (выставка, 2006 г.);

*«Романовы. К 400-летию служения России»* (фотовыставка, 2010 г.); *«Моя история. Романовы»*, *«Моя история. Рюриковичи»* (интерактивные выставки в Манеже, 2013 г., 2014 г.), *«Борис Годунов – от слуги до Государя всея Руси»* (выставка в Кремле, 2015 г.), *«Дары вождям»* (выставка 2006 г., где были представлены вещи-подарки, преподнесенные в разные годы советским лидерам); *«Романовы. Венценосная семья»* (х/ф Глеба Панфилова, 2000 г.), *«Царь»* (х/ф/ Павла Лунгина об Иване Грозном, 2009 г.); *«Правители России»* (назв. исторического исследования А.И. Кулюгина, 2004 г. – жизнеописание всех правителей России, от Рюрика Варяжского до Николая II), *«Три царя»* (назв. документаль-

ной трилогии Эдварда Радзинского: «*Сталин*», 1997 г., «*Николай II*», 1997 г., «*Александр II: Жизнь и смерть*», 2006 г.), книги Ларисы Васильевой: «*Кремлевские жены*» (1993 г.), «*Дети Кремля*» (1997 г.), двухтомник «*Жены русской короны*» (1999 г.). Здесь же – живописные работы художников Дмитрия Белюкина (например: большой коллективный портрет «*Государь Император Николай Александрович, Государыня Императрица Александра Федоровна и Великая Княгиня Елизавета Федоровна*» (1993 г.); Василия Нестеренко: «*Триумф Российского флота*» (монументальное полотно, 6 м длиной, где центральная фигура – Петр I, 1994 г.), «*Отец Отечества*» (портрет Петра I, 1997 г.) и т. д. Особое место в ряду крупных российских живописцев, чье творчество в значительной степени посвящено раздумьям о власти и образам современных властителей, занимает Андрей Пашкевич. На его выставке «*Политэкология*», проходившей в 2010 году в московской галерее «Дом Нащокина», с трагическим сарказмом представлены образы правителей России советской и постсоветской эпохи, от Ленина и Сталина до Брежнева, затем Горбачева, Ельцина и Путина, где образ каждого правителя – ключ к пониманию той эпохи, когда он руководил страной.

**Наиболее приметная языковая особенность названий новейших культурных событий, фактов, которые посвящены истории и историческим фигурам дореволюционной России.**

В подавляющем большинстве случаев в этих названиях присутствует лексика, содержащая сему положительной оценки. Это: а) прецедентные имена, за которыми в общероссийской когнитивной базе закреплены позитивные ассоциативные связи: *Гамлет, Дон Кихот*; б) высокие патетические слова: *венценосный, дары, служение, отечество, триумф*; метафоричное *отец*; в) лексика, подчеркивающая причастность современных россиян к прошлому нашей страны и связь с теми, кто правил российским государством, — *моя история*; г) полные наименования членов императорской семьи — проявление уважительного и бережного отношения к памяти названных. Конфессиональная лексика в надписи на открытом в День народного единства 4 ноября 2016 года памятнике князю Владимиру на Боровицкой площади подчеркивает место исторического деятеля в духовной истории России: «*Святой князь Владимир, Креститель Руси*».

Для телевидения и радио тема власти стала постоянной. Помимо информационных, информационно-аналитических теле- и радиопрограмм, телевизионных ток-шоу где обсуждаются вопросы, так или иначе связанные с деятельностью власти, появилось немало передач, содержание которых — рассказы о власти, о ее отдельных представителях, о кандидатах на высокие посты в государственные органы и т. д. Например: «*Неизвестные возжди*» — проект радио Комсомольская правда, «*Власть*» — аналитическая программа Евгения Киселева, радио Эхо Москвы (выходила до 2009 года),

«Восход» – цикл передач о В. Путине – радио Комсомольская правда. В 2016 году 5 каналов Центрального телевидения впервые транслировали дебаты с участниками парламентских выборов в Государственную думу. Регулярно появляются художественные и документальные фильмы, подробно рассказывающие о жизни руководителей нашего государства (как советской, так и постсоветской эпохи), членов их семей. См., например: «Удар властью» – цикл документальных фильмов о «героях политического Олимпа в эпоху перемен» – ТВЦ, 2015 г.; «Ленин. Красный император» – НТВ, 18.01.2014 г.; «Фурцева. Легенда о Екатерине» – 12-серийный художественный фильм, Первый канал, 2011 г.; «Человек из жизни. Евгений Примаков» – документальный фильм – Россия 1, 2009 г.; «Формула власти» – авторский проект Михаила Гусмана – интервью с главами разных государств: президентами, монархами; совместное производство ИТАР – ТАСС и Первого ТВ канала, 2005 г.; «Падение всесильного министра. Щелоков» – Россия 1, 2005 г.; «Президент» – документальный фильм Владимира Соловьева, к 15-летию нахождения у власти В.Н. Путина, Россия 1, апрель 2015 г.; «Борис Ельцин. Отступить нельзя» – документальный фильм, к 85-летию со дня рождения, ТВ, Первый канал, 2016), «Любовь и власть Раисы Горбачевой» – Первый канал, 2012 и т. д. Традиционной стала «Прямая линия с Владимиром Путиным» – телемост, в ходе которого В.В. Путин отвечает на вопросы граждан России, передачи «Пар-

ламентский час», «Сенат» и т. д.

Вместе с тем появился совершенно новый для отечественного телевидения формат – **сатирическое изображение ведущих политических и государственных деятелей**: «*Куклы*» – еженедельная передача НТВ, персонажи которой – куклы кукольного театра – шаржированные главные действующие лица политического пространства, в основном, времени президентства Б.Н. Ельцина (выходила в эфир с 1994 по 2002 гг.); «*Мультиличности*» – передача Первого канала, где в пародийной форме представлены мультипликационные образы «звезд» мировой политики, бизнеса, шоу-бизнеса, спорта (2009-2013 гг.).

Вообще раскрепощенное, «карнавальное» [Бахтин 1965: 10], а иногда и ерническое отношение к власти, десакрализация ее – это то новое, чем характеризуется «околополитический», если можно так выразиться, дискурс постперестроечной России. Диапазон выраженных эмоций – самый широкий: от дружеской шутливости до язвительности. Посетители уральского интернет-СМИ URA.RU спокойно обсуждают, например, стихи министра иностранных дел Сергея Лаврова, опубликованные в журнале «Русский пионер», а затем размещенные на URA.RU. Отзывы как положительные, так и критические. Публикация предваряется иронической редакционной вводкой: «*Министры стали графами. Глава МИД пишет о загранице, министр экономики советует сходить к гадалке. «А Россия – опять ей ней-*

мется»» [04.02.2015 [ura.ru/news/1052200272](http://ura.ru/news/1052200272)]. В языковом отношении смысловое пространство «власть» в значительной степени становится игровым: окказиональные образования, переосмысленные прецедентные тексты входят в качестве полноправных составляющих в тексты о власти (подробнее об этом см. ниже, сс. 141-146). Вербальные знаки сочетаются с невербальными. Персоны политического дискурса (их имена, их изображения) включаются и в обиходно-бытовой дискурс. Никого не удивят теперь спортивные майки, пакеты, стенные часы с изображениями и фамилиями нынешних лидеров – Путина и медведева. В сигаретных киосках в 90-е – начале 2000-х гг. продавались сигареты «Прима» в традиционной красной упаковке, но с изображениями Ленина и Сталина, под которыми крупными буквами было написано: НОСТАЛЬГИЯ. Конкурс шоколадных скульптур в Санкт-Петербурге, в том числе и скульптура нынешнего президента из шоколада (информация на «Эхе москвы», 30.11.15), духи с профилем президента на этикетке, которые в течение одного месяца будут продаваться в ГУМе (информация на телеканале Россия-24, Вести, 23.12.15), – все это стало привычным. Сюда же можно добавить разнообразные акции и перформансы, например флешмоб в день святого Валентина, 14 февраля 2012 года (В. Путин в это время – премьер-министр): молодые люди собрали валентинки для Владимира Путина, сложили их в коробки в виде сердец и оставили их около стен московского Белого дома (информа-

ция на радио Коммерсантъ – FM, 14.02.2012). Приводится реплика одного из участников флешмоба: *«Люди собирают голоса, это какая-то агрессия, а мы собираем любовь»*. В феврале 2016 года СМИ сообщали о том, как завершился футбольный матч в Стамбуле. Полузащитник московского клуба «Локомотив» Дмитрий Тарасов после окончания игры снял игровую футболку, под ней все увидели майку с изображением В. Путина и надписью *«Самый вежливый президент»* (аллюзия – отсылка к ставшему прецедентным после событий в Крыму в марте 2014 года словосочетанию *«вежливые люди»*). Майку спортсменов якобы надел для того, чтобы продемонстрировать свою поддержку президента России. Массовый телезритель тепло принял показывавшиеся в 2012 году на федеральных каналах шуточные ролики, рекламирующие «Супертариф МТС», где ведущую роль играл «звезда» российского бокса, депутат Государственной думы Николай Валуев (например, ролик о том, как от конца света, который, по предсказаниям индейцев майя, должен был наступить 21-22 декабря 2012 года, спас мир Николай Валуев. Зимой, полуодетый, но в шапке-ушанке и в валенках, он невероятным усилием изменил наклон земной оси). Можно сказать, что в постперестроечное время **политика в какой-то своей части стала достоянием массовой культуры.**

## **1.3. «Что написано пером...».**

### **Характер отображения власти в печатных массмедиа 2000-2016 гг.**

Характер отображения власти в печатных массмедиа также изменился коренным образом. А именно:

#### **1.3.1. Расширение корпуса текстов о власти**

Никогда еще отечественные СМИ не писали столько о власти, как в этот период.

#### **1.3.2. Специализированные издания**

Открылись или продолжали работать ранее открытые специализированные издания, основное содержание которых – деятельность власти, проблемы, связанные с властью (например: журнал «Коммерсант Власть», выходил с 1992 г., первоначально под названием «Коммерсантъ-Weekly», под нынешним названием выходит с 1997 г.), журнал «Муниципальная власть» (выходит с августа 2009 г.), газета «Тверская, 13» (официальный орган правительства Москвы, выходила с сентября 1992 г. по декабрь 2015 г.); «Парламентская

газета» (общественно-политическое издание Федерального собрания РФ, выходит с мая 1998 г.) и др.

### 1.3.3. Новые жанры и новые форматы

Наряду с традиционными для отечественной периодической печати жанрами, где освещается деятельность власти (информация, корреспонденция, аналитическая статья, очерк, интервью, политическая карикатура и т. д.), **возникли новые жанры и новые форматы использования прежних жанров.** В них опять-таки коммуникативную успешность текста обеспечивают не только его жанрово-композиционные особенности, но и задействованные средства языка. Например, рубрика «Ваше мнение» в газете «Аргументы и факты», где читателям задается вопрос: «*Как вы оцениваете роль Сталина в истории страны?*» (АиФ, 2012 г., № 46, с.6) и предлагаются варианты ответов: «*Кровавый палач*», «*Великий вождь*», «*Неоднозначно*», «*Другой вариант*». Предложенные варианты ответов содержат лексику с разными типами выражения оценки: *кровавый, палач, великий, вождь*. Та же газета на 2-й полосе на протяжении 20 лет предлагала вниманию читателя шутливую рубрику с почти хулиганским названием – «*ЖПС – Жизнеспособность политических субъектов*» (выходила с октября 1995 года; 23 декабря 2015 года напечатан юбилейный – 1000-й выпуск; название рубрики недавно изменено). Здесь печата-

ются «самые осторожные» и самые «острогупые», по выражению редакции (АиФ, 23.12.2015), высказывания ведущих персон современного политического пространства, сопровождаемые ироническими, иногда язвительными комментариями журналистов С. Репова, М. Волдырина, А. Фуфырина, И. Помидорова (иронические псевдонимы, которые соответствуют общей иронической направленности рубрики). Газета «Московский комсомолец» с 2004 года регулярно публикует адресованные В. В. Путину «*Письма президенту*» Александра Минкина – довольно редкий в прежней политической публицистике жанр, в котором, по определению исследователей теории журналистики, автор бросает «публичный вызов адресату», приглашает его на открытую «арену» для поединка [Тертычный 2002: 223]. Своеобразие многочисленных репортажей Андрея Колесникова о встречах с В.В. Путиным, публиковавшихся на страницах газеты «Коммерсантъ» и собранных затем в трех книгах, было определено в нарочито детски-наивных и иронических названиях этих книг: «*Я Путина видел!*» (М.: Эксмо, 2004 г.), «*Меня Путин видел!*» (М.: Эксмо, 2005 г.), «*Увидеть Путина и умереть. Документальные истории*» (2005 г.). А также: «*Раздвоение ВВП. Как Путин Медведева выбрал*» (М.: Эксмо, 2008 г.).

### **1.3.4. Пересмотр границ: «вторжение» в приватное пространство другой личности**

Еще одна особенность изображения власти в СМИ постперестроечного периода – новое представление о личных границах, возможность «вторжения» в приватное пространство другого лица.

Приватное (или частное, или личное) пространство определяется в науке как «та зона, которая полностью нам подконтрольна» [Орлов 2013]. Она включает в себя физические и материальные представления: тело человека, его личные вещи, жилье – дом или квартиру. Кроме того, ученые говорят об эмоциональном и психологическом пространстве личности; это: «наши чувства, наши взгляды, наши цели, наши ресурсы – весь наш внутренний мир со своими эмоциями, мыслями, действиями» [Удилова 2013]. Сюда же входят привычки, хобби человека, то, как он предпочитает проводить свободное время, и нек. др. Ученые-лингвисты указывают также на существование «аксиологического пространства» (т. е. системы ценностных представлений личности) и «когнитивного пространства» (системы ее представлений о мире) [Воронцова 2006: 9]. Как и физическая территория, личная территория, в том числе и эмоциональная и психическая, имеет свои границы, вторжение в которые лишает че-

ловека ощущения безопасности и «суверенности» собственной личности [Сахарова, Щукина 2014: 4].

Вместе с тем при общении необходимо ощущать границы и другого человека и не позволять себе нарушать их. Любое «вторжение» в частное пространство – это насилие, подавление. Психолог Марина Сивиль остроумно напоминает толкование слова «вторжение» в Яндекс-Словаре: **«Вторжение** – военная операция, заключающаяся в том, что вооруженные силы одной страны входят на территорию, контролируемую другой страной, с целью либо завоевать территорию, либо сменить установившееся правительство, либо комбинация обоих» [Сивиль 2013]. Проникновение на «территорию» другой личности допустимо лишь в той степени, в какой обладатель «территории» это позволяет.

Способы нарушения границ другой личности могут быть разными. В условиях массмедийной коммуникации, в первую очередь в печатных СМИ и их электронных версиях, несмотря на значительную степень креолизованности ряда текстов, главенствующим все же остается **вербальный способ «вторжения»**.

Как правило, когда говорят о нарушении чужих границ, имеют в виду ситуацию диалога, в которой взаимодействуют 1-е и 2-е лица акта речевой коммуникации и нарушаются границы одного из участников, чаще – адресата или же обоих участников – при ссоре, при перебранке. Следует, однако, помнить, что в каждом акте речевой коммуникации задей-

ствованы три стороны: 1-е лицо – автор (адресант) речи, 2-е лицо – получатель (адресат) речи, 3-е лицо объект изображения/говoreния. На это указывал Д.Н. Шмелев: «Функционирование языка определяется тем, что всякое высказывание от кого-то исходит, к кому-то направлено и является высказыванием о чем-то, что локализовано во времени и пространстве» [Шмелев 1977: 56]. В ситуации общения посредством текстов массмедиа целью создания текста является сообщение информации о каком-то фрагменте действительности или о каком-либо ее объекте, о каком-либо лице. На первое место выдвигается именно 3-е лицо акта речевой коммуникации, то есть тот/то, о ком/о чем идет речь. И здесь, безусловно, сохраняется представление о приватном пространстве этого 3-го лица (или лиц) и о необходимости не нарушать его границы.

Приметная черта политического дискурса массмедиа постперестроечного периода – **систематическое «вторжение»**

**в частное пространство власти**, т. е тех людей, которые занимают важные государственные посты. В этом отношении современные СМИ принципиально отличаются от средств массовой информации и пропаганды советского периода. В советские годы сообщения о власти либо ограничивались достаточно скупой информацией: Ф.И.О., занимаемый пост, действия, совершенные этим лицом, иногда – оформленная в речевые клише эмоциональная реакция тех,

кто принимал участие во встрече, в поездке, присутствовал на выступлении (*встреча прошла в теплой, дружественной обстановке; бурные продолжительные аплодисменты и т. п.*). Оценки деятельности лидера присутствовали в основном в поздравлениях с юбилеем и в предвыборные периоды, и они неизменно носили положительный, патетический характер. Границы приватного пространства лидера были закрыты. Этим официальное, представленное на страницах советских СМИП общение отличалось от принятого в общедоступно-разговорной устной речи общения межличностного, в котором, наоборот, ощущение границ другой личности было весьма размыто, иногда отсутствовало совсем. Причины: преувеличенно понятое представление о всеобщности, о небезразличии к другим, о праве вмешиваться в чужие дела (результатом их нередко становились бесцеремонность, бестактность), а также отрицание того, что в СССР существует какая-либо частная собственность.

В постперестроечный период ситуация коренным образом изменилась. Если в межличностном устном общении люди стали четче ощущать свои границы и право на закрытость и автономию, то в официальном общении принятые прежде ограничения утратили свою строгость. Публичное общение политического или государственного лидера с гражданами страны, с электоратом, с журналистами характеризуется значительной степенью открытости. Границы личного пространства утратили прежнюю непроницаемость

(термин И.А. Стернина [Стернин 1996:58]) – были сняты. Фактически возникли новые нормы общения. Лидер отвечает на вопросы, относящиеся к неслужебной стороне его жизни: как он организует свободное время, кто его любимый автор, какое кушанье, какой вид спорта – любимые, он говорит о марке его личного автомобиля, об оценках, которые он получал в школе, и т. д. В публичном общении государственный или политический деятель часто – «герой дня без галстука» (название цикла передач на НТВ с ведущей Ириной Зайцевой). Интернет публикует список российских политиков и государственных деятелей, которые пишут стихи, от министра иностранных дел Сергея Лаврова до Сталина и Брежнева, и приводит отрывки из этих стихов (открытость эмоционально-психологического пространства), другой вид самораскрытия – блоги, где лидер сообщает личную информацию разного рода. Но и здесь есть вопросы, на которые выступающий вправе не отвечать, и темы, которые лидер может отказаться освещать: о взаимоотношениях в семье, о частной жизни членов семьи и т. п. Это зависит лишь от него самого. В печатных же текстах массмедиа о власти, где власть занимает место 3-го лица акта речевой коммуникации, возможность проникновения в границы изображенного контролирует только автор речи – журналист. Разумеется, журналистика значительно чаще и в значительно большей степени, чем другие виды общественной деятельности, допускает «заезды» на чужую территорию. Но в любом случае, даже при

самом дружелюбном отношении автора речи к изображаемому представителю власти, социальная дистанция и распределение социальных ролей между ними всегда сохраняется. И журналист не вправе нарушать установленные этим соотношением этикетные нормы (на необходимость соблюдать соответствие норм общения, в том числе и общения речевого, социально-ролевой ситуации указывают исследователи речевого этикета [Стернин 1996: 7]). Проникновение, как уже отмечалось выше, в подавляющем большинстве случаев оформлено вербально и направлено на: а) физическое и материальное личное пространство; б) эмоционально-психологическое пространство. При этом проникновение может иметь характер дружеского вмешательства в чужие границы – это попытка установления дружеского контакта, проявление того, что власть – «своя». И может быть грубым, бесцеремонным вторжением на чужую территорию, цель которого – расположиться на этой территории и подавить, унижить ее законного владельца. В последнем случае вербальными способами проникновения в приватное пространство 3-го лица служат все те средства языка, с помощью которых автор речи: а) выражает неуместно «свойское», запанибратское отношение к названному лицу; б) высказывает что-то обидное; в) сообщает что-то, о чем сам изображенный не стал бы сообщать; г) демонстрирует «взгляд свысока» на того, кто изображен. В текстах, где речь идет о власти, в этих случаях опять-таки нарушается «ролевая ситуация»: коммуникатив-

ная роль журналиста, т. е. позиция, занимаемая «в процессе общения для достижения определенной цели» [Стернин: 8], не совпадает с его социальной ролью и распределением по социально-ролевой вертикали.

**Вербальными способами «вторжения» могут быть:**

1) вольное обращение с именем собственным (подробно об этом см. ниже, в разделе «Креативность номинаций», сс. 68-92);

2) лексика с эмоциональными коннотациями (подробно об этом см. ниже, раздел «Оценочная лексика в смысловом пространстве «власть»: семантико-стилистические разряды, воздействующий результат», с. 129 и далее);

3) лексика с коннотацией грубости (подробно см. ниже, с. 46; сс. 148-149);

4) Лексика, семантика которой нацелена на характеристики внешности – вторжение в физическое пространство, характеристики эмоциональных и психических состояний того, о ком идет речь, – «влезание в чужую душу», вторжение в эмоционально-психологическое пространство (подробно об этом см. ниже, раздел «Детали и детализирующая лексика как вербальные составляющие образа», с. 215; сс. 216-217);

5) Лексика некоторых новых для информации о власти тематических групп: еда, одежда, походка, манера говорения, жилье и т. д. – обозначения того, что составляет физическое и материальное приватное пространство. Для современных массмедиа присутствие в континууме «власть» такой лекси-

ки следует считать новой нормой, обусловленной отмеченной выше большей степенью открытости границ политических и государственных лидеров (подробно об этом см. ниже, раздел «Детали и детализирующая лексика как вербальные составляющие образа», с. 213 и далее);

б) Метафорические обозначения, выражающие «взгляд свысока». Таковы, например, метафоры модели, названной нами «школьными» метафорами [Суздальцева 2015]: *прогуливать, прогульщик, двоечники, отличники, отстающие, шпаргалка* и нек. др. (подробно об этом см. ниже, в разделе «Высокое/низкое»: Пространственные метафоры и пространственные отношения в текстах о власти», сс. 174-176).

Все это определило своеобразие вербального наполнения смыслового пространства «власть» в постперестроечный период.

# **1.4. «...Словом можно соединить людей, словом можно и разъединить их...» (Л.Н. Толстой). Основные языковые особенности смыслового пространства «власть» в российских массмедиа 2000-2016 гг.**

Смысловое пространство «власть» первых 16 лет XXI века характеризуют следующие **основные черты**.

## **1.4.1. Увеличение тематических групп лексики в смысловом пространстве «власть»**

Значительно **расширился**, по сравнению с текстами о власти, публиковавшимися в советский период, **круг тематических групп лексики**, наполняющей смысловое пространство «власть», и, соответственно, увеличилось **число денотативных областей**, которые отражены в этом пространстве. Изменение представлений о границах изображаемых лидеров привлекло в тексты о власти слова, относящиеся к биографии лидера, в том числе и периода до его вхож-

дения во власть. Это а) тематические группы: семья (родители, родственники, жена, дети), учеба (в школе, в вузе: учителя, оценки, любимые предметы); б) другие слова, связанные с подробностями не публичной, а частной жизни; тематические группы: спорт, хобби, чтение, искусство, транспорт (марки личных автомобилей), подарки; в) лексика, обозначающая манеру говорения лидера, называющая эмоциональные качества его речи, выражение его лица (особенно часто употреблялась в период 2004 – 2011 гг.); г) здесь же – лексика, называющая некоторые внешние характеристики: одежда, обувь, цвет галстука; д) слова тематических групп: еда, трапеза, застолье; подарки, полученные и подаренные и нек. др. (подробно о таких словах см. ниже, раздел «Детали и детализирующая лексика как вербальные составляющие образа», с. 210 и далее).

### **1.4.2. Увеличение числа метафорических моделей**

С помощью которых обозначается и характеризуется власть, ее действия и результаты действий. Наряду с моделями, давно бытующими в политическом дискурсе, в смысловом пространстве «власть» появились или актуализировались новые формулы метафорического переноса: конфессиональные метафоры; исторические метафоры; метафоры обособленности; метафоры имитации, подделки; метафоры,

названные нами «возрастными», и т. д. (подробно об этом см. ниже, раздел «Оценочные метафоры», сс. 154-165).

### 1.4.3. Право на оценку

Еще одна группа языковых единиц, употребление которой в СМИ стало привычным, – слова и сочетания слов, называющие те качества лидера и качества власти в целом, которые соотносимы с оценочными представлениями российского менталитета. Это свойства руководителя и руководства в целом, определяющие успешность/неудачи его работы: деловые, интеллектуальные, нравственные и т. д. Они конструируют в сознании читателя образ власти: положительный или отрицательный.

**Положительные характеристики.** В книге «Речевая коммуникация в политике» под общей редакцией Л.В. Минаяевой приводятся результаты двух опросов, проведенных Фондом «Общественное мнение» вскоре после первой и второй инаугурации президента В.В. Путина – в июле 2000 года и весной 2004 года. В ответах респондентов указывались положительные качества вновь избранного президента. Так, во время опроса 2004 года были названы: «волевые качества (22 % опрошенных): решительность, целеустремленность, настойчивость, сдержанность, твердость, жесткость и пр.; деловые качества (16 %): ответственность, исполнительность, серьезность, дисциплинированность, деловитость, ра-

ботоспособность, профессионализм и пр.; нравственные качества (12 %): честность, порядочность, справедливость, доброта, отзывчивость, скромность, благородство и пр.; ум, образованность, эрудиция (10 %)»; «манеры и стиль общения (15 %); в том числе умение понятно и четко выражать свои мысли» [2007: 93-94]. Эти же и подобные характеристики обозначены разными вербальными способами в текстах СМИ о В.В. Путине и об отдельных членах его команды. Например, в материале МК о Вячеславе Володине, избранном на пост Председателя Государственной думы: *«человек, обладавший огромным влиянием в структурах российской власти»; «исключительно жесткий, целеустремленный и талантливый политик»; «главная его черта – это... исключительная трудоспособность, переходящая в трудоголизм»; «Володин не терпит длинных отпусков»; «другая ключевая черта Володина –... его исключительная жесткость»; «если он принял решение идти той или иной дорогой, то, кроме прямого указания Владимира Путина, его ничего не остановит»; «очень приятный человек в общении. У него нет привычки повышать голос на подчиненных... Его жесткость носит не внешне-напускной, а внутренний характер»; «энциклопедическое знание современной российской политической элиты»; «глубокое понимание реального механизма работы нашей власти» и т. д. (Михаил Ростовский. Госдума имени Володина. – МК, 24.09.2016).*

Однако лексика, называющая положительные качества со-

временных лидеров, используется в СМИ постперестроечного периода довольно скупо. В основном она употребляется:

а) в предвыборные периоды, когда обсуждаются конкретные кандидатуры конкретных лиц. См., например, высказывания знаменитых и рядовых граждан России о В.В. Путине в телевизионных роликах 2012 года, которые показывались на Федеральных каналах накануне выборов Президента Российской Федерации (ролики шли под девизом «Почему я голосую за Путина?»): *«Стране нужен умный, честный, хорошо себя зарекомендовавший лидер»* (16.02.12); *«Путин своих не сдает»* (там же); *«Он в политике давно, ведет правильную экономическую линию...»* (Игорь Шевчук, офицер запаса, 14.02.12); *Юн [Путин – В.С.] надежный, он основательный»* (С. Шойгу, 13.02.12);

б) в связи с юбилейными и памятными датами. Так, 1 канал Центрального телевидения 1 февраля 2016 года показал документальный фильм *«Борис Ельцин. Отступить нельзя (к 85-летию со дня рождения)»*. В воспоминаниях тех, кто лично знал Ельцина, прозвучало:

– В. Путин: *«Он обладал волевым, прямым, мужественным характером, способностью проявлять предельную решительность»*;

– Д. Медведев: *«Новая Россия очень нуждалась в таком президенте, как Борис Николаевич Ельцин. А Борис Ельцин очень любил Россию»*;

– А. Шохин: «*«Лихие» девяностые будут ассоциироваться не с негативным, а с решительностью: «лихие ребята», которые могли брать ответственность на себя. И Борис Николаевич был первым «лихим парнем»*». Омонимичные значения прилагательного «лихой» обладают противоположной оценочностью («лихой» – 'полный тягот, бед, тяжелый, трудный – о времени' – негативная оценка и «лихой» – 'смелый, храбрый, удалой' [Большой толковый словарь русского языка 2001: 500] – положительная оценка) и опровергают представление о 90-х как о темной полосе в истории России, возглавляемой в те годы Ельциным.

– Автор: *«Его путь был трудный, полный трудностей и сомнений. Но он привел его к храму»* и т. п.

Обозначения отрицательных качеств и явлений. Они уверенно вошли в набор языковых средств, образующих смысловое пространство «власть». Это такие слова, как: *некомпетентный, коррумпированный, безразличный, непорядочный, взяточник, взяточничество, безразличие, произвол, фальсификации, мнимый, деградация, привилегии, привилегированный, безответственный* и т. д. Их семантика: а) **называние негативных качеств** самой власти; б) **указание на отсутствие тех либо иных положительных качеств** у власти; в) **указание на отсутствие положительного в тех обстоятельствах жизни общества**, которые зависят от власти. Например: *«Экономика деградации»* (загол., МК, 22.01.16), *«Акцент делается на, увы, мнимые достижения России...»*

(МК, 01.02016); «*послушная Дума*», «*рухнут привилегии, выросшие за годы ничем не ограниченного правления нынешней власти*», «*у чиновников, привыкших ни перед кем не отвечать...*» (МК, 01.02.16); «*Есть ли среди российских чиновников порядочные люди?*» (АиФ, рубрика «Ваше мнение», 2011, № 45); «*Власть не слышит слез народа*» (АиФ, 2011, № 40); «*Российская глубинка и при «раннем Путине», и при «позднем Медведеве» жила своей жизнью, сажала свою картошку, ездила по своим разбитым дорогам,...*» (там же) и т. п.

#### **1.4.4. Эмотивность текстов**

Существенно возросла эмотивность текстов в смысловом пространстве «власть» (альтернатива прежней официальной сдержанности в сообщениях о власти), расширился круг элементов с эмоциональными и оценочными коннотациями, а также спектр эмоций, выражаемых пейоративной и, что значительно реже, мелиоративной лексикой (подробно об этом см. ниже, раздел «Оценочная лексика в смысловом пространстве «власть»: семантико-стилистические разряды, воздействующий результат», сс.132-153).

Эмотивность речи становится иногда в массмедиа постперестроечного периода одним из способов «вторжения» в эмоционально-психологическое пространство власти. Поскольку социально-иерархическая дистанция между журна-

листом и изображенным представителем (представителями) власти всегда велика, журналист должен быть сдержанным в проявлении эмоций, особенно тех, которые имеют негативные значения. Фамильярность, пренебрежительность, презрение – с такими оттенками общение перестает быть общением «на равных» (именно общение «на равных» есть примета подлинного демократизма) – это высокомерный взгляд «свысока». Коннотации грубости (в словаре они обозначены пометами: *грубо, бранно*) – проявление крайнего пренебрежения к тому, кто назван. См., например: «*рыл носом*» – Ю. Латынина о главе Следственного комитета (выступление на радио «Эхо Москвы»). Для массмедиа это искажение ролевой ситуации, попытка опровергнуть старые и установить новые нормы речевого этикета. В этом случае коммуникативная роль журналиста, т. е. «типовая позиция в процессе общения, занимаемая говорящим для достижения определенной цели» [Стернин: 8], не совпадает с его социальной ролью. Возникает ролевой конфликт. И.А. Стернин напоминает ситуацию, которая описана Ильфом и Петровым: Остап Бендер ведет себя как начальник, чтобы добиться своего, хотя сам начальником не является [Стернин: 8]. Иногда очевидная нелепость такого искажения ролевой ситуации и грубость журналиста коробят массового адресата (подробнее об этом см. ниже, разделы «Оценочная лексика в смысловом пространстве власть: семантико-стилистические разряды, воздействующий результат», сс. 148-149; «Высокое/

низкое»: пространственные метафоры и пространственные отношения в текстах о власти», сс. 174-185). Однако перлокутивный эффект может быть и иным. Постоянное введение в смысловое пространство «власть» вербальных единиц с негативными коннотациями – один из приемов внушающего воздействия и способ формирования новых представлений («Часто повторяемое действие становится природным свойством» – Аристотель). В результате насмешливое, пренебрежительное, фамильярное и т. п. отношение автора к власти постепенно передается читателю, и это помогает автору манипулировать сознанием адресата массмедиа.

### **1.4.5. Господствующие интенции в освещении деятельности власти. Языковые способы их реализации**

Право на оценку в отношении власти и свобода в выражении эмоций фактически закрепили за журналистикой право на критику и насмешливость. В некоторых СМИ **критика и скепсис** стали в постперестроечные годы **господствующей интенцией в освещении деятельности власти**. Недолгие периоды дружелюбия (наиболее благожелательным отношение журналистов к власти обычно связано с периодами экономического благополучия; таковы прежде всего публикации 2005-2010 гг.) сменяются появлением резких, разоблачительных материалов, в которых журналисты –

представители российского общества – критикуют власть, изобличают ее, даже высмеивают. Таковы публикации многих ведущих печатных СМИ; в первую очередь «Новой газеты», «Аргументов и фактов», «Новых Известий», «Аргументов недели», «Независимой газеты». Зачастую недовольство жизненными обстоятельствами трансформируется в недовольство властью. Г. Г. Почепцов называет это «переносом негатива ситуации на политика» [Почепцов 2004: 413]. Власть упрекают в том, что она не выполняет свою основную обязанность – заботиться о благе народа, – и, следовательно, **не справляется со своей социальной ролью**. Здесь уместно вспомнить, что в идеализированной модели государства ролевые отношения «власть/ народ» традиционно уподобляются отношениям в семье, где власть или глава государства – отец, а остальные подданные – члены семьи. Отражение такого представления – в метафорах «родства», обозначающих правителей разных эпох: *Государь, батюшка, надежда, православный, белый царь* [Даль. Т. 4: 1999: 570]; *Без царя народ сирота* [там же: 570]; *отец народов* – о Сталине, восходит к ветхозаветному обозначению Авраама «отец многих народов» [Душенко 2003: 546] и нек. др. Ученые-психологи, исследующие взаимодействие членов семьи на индивидуальном уровне указывают: а) **«роли-обязанности»,** которые помогают определить **вклад каждого члена семьи в организацию совместной жизни** [выделено нами – В.С.] и описываются через **выполняемые**

**функции»; б) «роли взаимодействия».** Во втором случае главенствующим является психоэмоциональное соотношение между членами семьи. Оно определяет **«типичные варианты поведения** [выделено нами – В.С.] в различных ситуациях семейного общения» [Олифрович Велента 2011 psyjournal.ru/psyjournal/articles/etail.php&Id=2816]. К таким ролям взаимодействия ученые относят, в частности, роли: «всеобщий утешитель», «вечная жертва», «козел отпущения», «любимчик» [Олифрович, Велента], а также: «фанат», «благодетель», «герой семьи», «потерянный ребенок», «талисман» [Троицкая [www.liveexpert.ru/journal/view?topic\\_id=29986](http://www.liveexpert.ru/journal/view?topic_id=29986)]. Чаще всего эти роли возникают в дисфункциональной семье [Троицкая], причем «показателем дисфункциональности системы служит появление патологизирующих ролей» [Олифрович, Велента], к которым в первую очередь относится «козел отпущения» – тот, на ком все привыкли срывать зло. Этот психологический феномен свойствен не только семьям, но и крупным социальным сообществам. Об этом, например, пишет знаменитый французский философ XX века Рене Жирар. В историко-философском труде «Козел отпущения», объясняя генезис культуры как таковой, ученый указывает на жертвоприношение, которое, как он полагает, играет важнейшую роль в этом генезисе. Жертвоприношение, «сосредоточение на избранной жертве», в теории Жирара, – «универсальный механизм самозащиты общества от насилия» [Жирар 2010

rene/book/199594-kozel-otpuscheniya/#description]. Сходное объяснение – в работах российских специалистов по социальной психологии. Так, в «Словаре-справочнике по социальной психологии» В.Г. Крысько поиск виноватого, «козла отпущения», объясняется феноменом «подавленной агрессии» [Крысько 2003: 329]. А именно: 1) агрессия в обществе возникает при невозможности удовлетворить какую-либо потребность, получить то, что необходимо (о типологии психологических потребностей см. выше, сс. 13-15); 2) если найти и уничтожить подлинную причину того, что мешает нормальной жизни, невозможно, общество перемещает «всю порожденную фрустрацией агрессию на удобную альтернативу. Это может быть человек, группа людей, животное или даже неодушевленный предмет» [Крысько: 329]. И далее подчеркивается, что во времена экономических спадов нередко «агрессия в форме активной дискриминации направлялась на тех, кто рассматривался в качестве «законной» мишени» [Крысько: 329].

На наш взгляд, российское общество постсоветского периода можно уподобить большой и в значительной степени дисфункциональной семье. Роль, которую власть играет в этой огромной семье, периодически меняется. Власть то общий любимец, то герой, то жертва, но чаще всего – «козел отпущения», то есть тот, кого удобно считать виновником всех бед. В связи с этим языковой состав смыслового пространства «власть», начиная с конца 80-х гг. характеризует-

ся неизменным присутствием негативнооценочных средств.

Так, уже в 1991 году в «Материалах» к словарю «Русская политическая метафора» А.Н. Баранов и Ю.Н. Караулов в рубрике «Политические лидеры и вожди» приводят новейшие метафоры, подавляющее большинство которых являются негативнооценочными или ироническими:

**ЛЕНИН** – Христос, бог, коммунистический бог, младенец, богочеловек, дедушка, батюшка, Ванька-встанька, гвоздь, икона, самодержец, учитель, фехтовальщик;

**СТАЛИН** – антихрист, бес, бог, Вельзевул, Князь бесовский, Голиаф, отец, старший брат; Ленин сегодня; архитектор, Великий Магистр, гвоздь, горный орел, знамя, император, капитан, колода, конвоир, Главный Волкодав, учитель, факел;

**ГОРБАЧЕВ** – царь, король; дед, дитя, дядя; гроссмейстер, король (шахматный); капитан, заложник, могильщик, архитектор, Мессия; агент империализма, адмирал, актер, Берлиоз, главнокомандующий, главный коммунист, двигатель, тормоз, загадка, игрок, проститутка, принц, розовый аппаратчик, удельный князек, фюрер, канатоходец, капитан (команды), крестный отец, маятник, освободитель, повелитель, продукт, реформатор, рыба, священная корова, сильная рука, старшина шестой статьи, цемент;

**ЕЛЬЦИН** – царь, агент империализма, битва, водитель, война, волк, герой, дирижер, игрок, кухонная склочница и сплетница, клоун, перевертыш, полководец, продукт, про-

ститутка, принц, розовый аппаратчик, удельный князь, фюрер, художественный руководитель [Баранов Караулов 1991: 110].

В случаях, когда метафора сама по себе не передает оценочное отношение, приведенные ниже контексты проясняют эту оценочность, например:

– о Ленине: «Сегодня мы знаем если не все, то многое. В частности, что идеи дедушки Ленина на благодатной российской почве прижились и дали всходы, удобренные ста миллионами убиенных коммунизмом» [Баранов, Караулов: 111]; «Первый, на кого обрушил свой удар Верный Ленинец [Сталин – В.С.] была Грузия. Именно там душил он свободу и независимость. что до него в России успешно делал его Учитель россиян» [там же: 111-112];

– о Сталине: «Нельзя не вспомнить, как один из самых лютых палачей в истории человечества присвоил себе титул «Ленин сегодня»» [там же: 113];

5 – Горбачеве: ««Демократы» же и явный крах политики своего главнокомандующего Горбачева выдали за победу «демократических сил»» [там же: 117];

° Ельцине: «Если главный герой всем хорошо известен, то соперничающих с ним персонажей непросто перечислить по именам... Например, входил ли в их число Президент СССР?» [там же: 120].

**Интенция «принижения» власти** и наполнение инфор-

мационного пространства массмедиа негативнооценочными средствами сохранялись на протяжении всего постперестроенного периода, вплоть до наших дней. В СМИ задействованы практически все факты языка, с помощью которых можно создать негативный образ. Вот отдельные, но типичные для массмедиа примеры:

2003 год:

– «*ВРЕМЯ ОТСТОЯ*: В политике идет борьба власти с обществом...» (анонс 1-й полосы, Нов. газ., 22-25.05.2003 г.) – паронимическая замена; негативная оценочность устойчивого словосочетания – обозначения эпохи правления Л. И. Брежнева – интенсивизируется негативной же метафорой *отстой* (в прямом значении – 'частицы, вещество или жидкость, осевшие на дно сосуда'); контекст вводит понятия *власть* и *общество* в отношения антагонизма;

– «*ЖАБА ВЛАСТИ*» (загол. к передовой статье, Завтра, 2003, № 15) и далее, в тексте, развитие этой метафоры: «Одна и та же ватага партийных чиновников, всадивших в спину Родине длинную финку, перепрыгивает из одной политической ямы в другую, меняя кожу, придумывая себе все новые имена, каждый раз напяливая новую личину. Однако кожа остается пупырчатой, глаза вытаращенными, брюхо набитым...»; «Сначала она звалась «жабой перестройки» и имела сходство с Александром Яковлевым. Затем нарекалась «жабой либерализма». И ее невозможно было не спутать с Гайдаром. Затем ее величали «жабой реформ», и она

была неотличима от Чернобырдина. При Кириенко она была «жабой дефолта». Теперь же, вся в бородавках, пятнистая, перепончатая, с трескучими квакающими пузырями, она превратилась в «жабу единства». Основа этого крайне негативного по оценочности текста – развернутая концептуальная зооморфная метафора; здесь же – криминальная метафора, а также слова с негативными коннотациями (*ватага, напяливая, личина*); иронически язвительное употребление архаизмов (*нареклась, величали*);

2004 год:

– «КРЕМЛЕВСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ. УДОБСТВА ВО ДВОРЦЕ. ДОРОГО» (анонс на 1 полосе: о планируемой продаже памятников архитектуры в Санкт-Петербурге; Нов. газ., 17.05 – 19.05, 2004 г.) – перенос негативных ассоциаций с того, что традиционно обозначается эвфемистически, на власть, инвектива;

2007 год:

– «Произвол современной власти есть лишь вершина айсберга» (Арг. неделі, 13.09.07) – рационально-оценочное слово негативной семантики;

– «... но, умиляясь, сюсюкая, отгламуривая образ будущего президента, мы уже на следующий день после того, как кандидатура Медведева была предложена, бросились наводить глянеи. Нужен нам глянцевый президент?» (Профиль. Жизнь, № 47, 17.12.07) – эмоционально окрашенная лексика и метафоры с коннотацией пренебрежительности; прини-

жение названного лица;

– «68 % россиян доверяют свою безопасность родным и друзьям. И лишь 34 % – государству и президенту» (Нов. газ., 22.01 – 24.01; о недоверии народа к власти) – антитеза (противопоставление количественных слов) вводит в отношения противоположности понятия: *родные, друзья – государство, президент*; 2011 год:

– «По мнению глубинки, Россией правит не «брутальный» Путин и не «мягкосердечный» Медведев, а сонмища чиновничьей саранчи» (Аиф, 2011, № 40) – метафорическое сочетание с коннотацией презрительности;

2016 год:

– «С ВЕТЕРКОМ ЗА СЧЕТ БЮДЖЕТА: Для работы российским чиновникам необходимы представительские автомобили, яхты и авианперелеты по самым высоким ценам» (загол. и подзагол., Нов. газ., 22.01.) – лексика семантических полей «богатство», «злоупотребление»: название предметов, ассоциативно соотносящихся с представлением о неравенстве и несправедливости; аналогично: «ЩЕДРАЯ УСЛУГА СЛУТАМ НАРОДА: Правительство оставило депутатам «золотые парашюты»» (загол. и подзагол., Нов. Изв., рубрика «Власть и закон», 01.02.16 г.) и т. п.

Зачастую автор материала, заявленного в заголовке как шутивно-иронический, сбивается в дальнейшем изложении на развязный, подчас оскорбительный тон. Таков, например, материал Михаила Зубова в Московском комсомоль-

це (12.02.2016 г) *«Судьба кремлевских «падчериц»: зачем советник Путина Титов примерит фату Прохорова»* – о бизнес-омбудсмене Борисе Титове, возглавившем партию Правое дело (позднее была переименована в Партию Роста) с целью принять участие в выборах в Государственную Думу – 7. Заданная смешными метафорами шутливость заготовка ориентирует на такое же восприятие материала. Однако следующий далее текст пестрит многочисленными словами и сочетаниями слов, в которых, усугубленное общим смыслом контекста, выражается крайне негативное отношение и к Кремлю, и к новому лидеру партии:

– скепсис: таковы метафоры (гастрономическая, развернутая семейная и анатомическая): *«перед всеми... избирательными кампаниями Администрация Президента расширяла ассортимент политического меню»; «запуская на выборы, помимо партии власти, еще какую-нибудь «дочку», а скорее даже «падчерицу»; «Цели у «падчериц» всегда были одинаковыми; рассеять голоса тех, кто не хочет голосовать за материнскую «Единую Россию»»*. И далее: *«падчерица»* – о партии Родина: *«родные»* – о ней же; *«эффективность «дочернего проекта»; «мозгом кремлевской «падчерицы» назначен бизнес-омбудсмен Титов»* и т. д.;

– презрение, грубость (выражены с помощью вульгарной лексики и инвектив): *«новоиспеченный партайгеноссе»* (о Титове); *«он либо держит фигу в кармане и собирается «кинуть» Кремль»* (о нем же); *«Титов стал поддерживать ан-*

*тирыночные тезисы Сергея Глазьева, вызывающие рвотный рефлекс»; «качать права» (о партии Родина); «А вот «Справедливая Россия» в 2007 году накосячила – отобрала голоса вовсе не у коммунистов, как полагалось, а у «мамы» [«Единой России» – В.С.]; «Потом и «родные» [партия Родина – В.С.] стали качать права, и партию благополучно слили в бачок [вынужденное напоминание: сливают не в бачок, а из бачка в унитаз! – В.С.] «Справедливой России»».*

Сравним приведенные выше примеры с употребляемыми в наше время обозначениями правителей дореволюционной России. В первой группе – в названиях выставок, книг и т. д. – доминируют обозначения позитивного характера, формирующие у массового адресата уважительное отношение к тем, кто управлял страной. А в изображении современных деятелей политики и государства широко используются средства выражения негативного отношения, при этом в высшей степени пренебрежительного (взгляд «свысока»), конструирующие отрицательный образ и программирующие отрицательные реакции у читателей.

#### **1.4.6. Интерпретации руководителей советского периода, в первую очередь Ленина и Сталина**

Они диаметрально противоположны по оценочности, в зависимости от позиции автора или органа СМИ. Употребля-

емая лексика отражает две противоположные тенденции в оценке советского прошлого и его лидеров, бытующие в современном российском обществе.

Апелляции к мифу советского времени о Сталине как о сильнейшем руководителе Советского государства – в кратком тексте предвыборного ролика (выборы в Госдуму-7) недавно созданной Коммунистической партии Коммунисты России: *«Коммунистическая партия Коммунисты России готовит десять сталинских ударов по капитализму!»*. Попытки возродить миф о Сталине как о великом и мудром вожде советского народа – во многих публикациях газеты «Завтра». Так, в статье А. Проханова *«Святомученик Иосиф»* (Завтра, 2013 г., январь, № 4) идеализированный образ вождя создается при использовании всевозможных средств выражения позитивной оценки: а) конфессиональной лексики: *святий, святомученик, мученический, чертог Богородицы, чудотворец: «Сталин будет не просто святым, а святомучеником, потому что его убили. Он принял мученическую смерть за Родину, за чертог Богородицы»; «Сталин – это чудотворец победы»; монастырь, святыни, скрижали, реликвии: «сегодняшний Сталин – это монастырь, в котором сберегается русский народ... Монастырь, куда он сносит свои святыни, скрижали, реликвии»* и нек. др.; б) лексика элятивной семантики: *суперреалист, колоссальное количество фактов, строительство гигантских заводов, великие победы, великие поражения, гиперреалист: «Поэтому*

Сталин – гиперреалист, каких на земле не было, и не скоро появятся» и т. п. (подробно об этом см. ниже, раздел «Лексика элятивной семантики», с. 193).

Иным предстает Сталин в очерке А. Колесниченко «Тайны поместья Сталина» (АиФ, 2010, № 9). Грубая лексика первой фразы (*хватил удар*) определяет тональность дальнейшего изложения, в котором опровергается миф о величии Сталина и вырисовывается образ злодея, садиста, и притом трусливого и ничтожного человека: *«57 лет назад Иосифа Сталина хватил удар. 5 марта возжъ скончался – там же, на «Ближней даче», в Подмосковье»*. Опровержение мифа осуществляется за счет: а) обозначений с коннотацией пренебрежительности: *логово, палил по воронам, болтовня с плоскими шуточками*; б) детализирующей лексики семантики уничижения. Она выражает нижний уровень тимеологической оценки, то есть «оценочного ранжирования» [Шейгал 2004:121]: *опасавишийся засад и покушений* (трусость); *любимые заношенны тапки возжъ; мыться... предпочитал, сидя в ванной с низкими бортиками на подвесной скамеечке* (убожество); в) детализирующей лексикой дискредитирующей семантики, она указывает на негативные черты характера: *а вот споить соратников и гостей было его любимой забавой* (самодурство, жестокость); *с его подачи был заведен обычай: проигравшие [в бильярд – В.С.] лезут под стол* (садизм); г) язвительно вкрапленных хвалебных номинаций, которые были приняты во времена Сталина: *отец на-*

родов, *возждь*; д) лексикой отрицательнооценочной семантики: *диктатор, тиран* [подробно об этом см.: Суздальцева, 2012: 142-145]. Такое же несовпадение мнений о Сталине при использовании противоположной по оценочным качествам лексики – в приведенной выше словесной дуэли В. Жириновского и Н. Старикова (с. 15-16).

Диаметрально противоположны по оценочности и те средства языка, которые употребляют современные журналисты, рассказывающие о Ленине.

А. Положительная интерпретация осуществляется прежде всего при использовании рационально-оценочной лексики, обозначающей качества, факты, явления позитивного характера (о классификации оценочной лексики – см. ниже, раздел «Оценочная лексика в смысловом пространстве «власть»: семантико-стилистические разряды, воздействующий результат», с. 129–149). Например, в материале Валерия Исаченко «В. И. Ленин и охрана культурного наследия» (РК РП – РПК – «Трудовая Россия», № 419, 23.02.2016 г. [tr.rkrp-rpk.ra/get.php?5129](http://tr.rkrp-rpk.ra/get.php?5129)): *основатель Советского государства; Первый государственный деятель страны, который поставил охрану памятников природы, истории и культуры на уровень первостепенных государственных задач; крупномасштабные и отнюдь не маниловские ленинские план; Ленин делал все возможное и невозможное для сохранения русской культуры; И разве не знаменательно, что атеист Ленин предложил поставить па-*

мятник автору «Троицы»?». Здесь же – традиционные для политического дискурса советского периода оценочные средства: а) оценочные слова и сочетания слов: *вождь, героическая деятельность, величие*; б) модально-оценочное *трагедия*; в) позитивно-оценочные метафоры: *всегда был впереди, обогнал свою эпоху, глубина и широта взглядов* (о подобных средствах выражения оценки писал Г.Я. Солганик [Солганик 1981: 36-61]).

Б. Для создания негативного образа используются вербальные средства, находящиеся в «зоне» негатива. Конструируется новый образ Ленина – десакрализованный. Десакрализация осуществляется разными способами. Например, название материала А. Углова «*Турецкий след Ленина*» – о том, что Ленин до 22 года помогал разгромленным еще в 1918 году войсками Антанты туркам (Аргументы недели, 26.11.15 г.) – это аллюзия, отсылка к устойчивому словосочетанию «чеченский след», распространившемся в период войны в Чечне и террористических актов на территории России; ассоциируется со всеми представлениями, которые связаны с понятием 'терроризм': захват заложников, гибель людей, боль, страх. Интернет-публикация «*Помолодевший Ленин поразил СМИ*» (интернет-ресурс Nationnews от 27/04/2015 г.), где рассказывается о посещении Мавзолея Ленина американскими журналистами, содержит слова, которые без всякого намека на эвфемизацию называют то, что связано с многолетним «пребыванием» Ленина в Мавзо-

лее, а также оценочную лексику: *мумия вождя мирового пролетариата; мумия одиозного политика и вождя трудящихся; было решено мумифицировать труп; Ульянов-Ленин – не единственный «бессмертный» клиент ученых.* Нарочито откровенные обозначения гасят ореол, окружающий имя Ленина и все, что с ним связано.

Языковые средства журналистских материалов помогают суммировать представленный в тексте анализ прошлого и переоценку того, что в советские годы считалось незбылемым. См., например, телевизионный документальный фильм «*Ленин. Красный император*» (НТВ, 18.01.14). Оксюморонность сочетания: *красный* – 'революционный', *император* – 'монарх, единоличный правитель' – ключ к пониманию интерпретации образа Ленина в фильме: Ленин разрушил в России монархический строй, но стал полновластным главой новой империи – советской.

Еще одна новая черта в материалах массмедиа, посвященных Ленину. Иногда пересмотр революционного прошлого и поиск ошибок подменяется бесцеремонным вторжением в приватное пространство, а именно в личную жизнь, во взаимоотношения В.И. Ленина с женщинами. Например, в цикле документальных фильмов на РЕН ТВ «*Военная тайна*» с И. Прокопенко от 30 января 2016 года в сюжете о В.И. Ленине рассказывалось о его влюбленности в Инессу Арманд, о реакции Н.К. Крупской на эти взаимоотношения. В тексте за кадром звучала лексика тематических групп, которые ни-

когда прежде не включались в контекстное окружение упоминаний о вожде, – обозначения того, что прежде было табуированным: *любовница, развод, непривлекательная внешность Крупской, теща* (о матери Крупской), *Ленин плакал* (после смерти Арманд; вспомним Маяковского: «Если бы / выставить в музее/ плачущего большевика, / весь день бы / в музее / торчали ротозеи. / Еще бы – / такое / не увидишь и в века!» [Маяковский 1968: 475-476]) и нек. др. В данном случае интенция развенчания – десакрализации – доминирует и подчиняет себе установку на сообщение новой информации. Нельзя не отметить, что в нынешней международной ситуации, когда снос памятников Ленину на Украине, приобрел знаковый статус – стал символическим проявлением ненависти не только к Ленину и социализму, но ненависти к России, – подобная десакрализация неуместна.

### **1.4.7. Бинарная оппозиция «народ/власть». Ее смысловая и аксиологическая интерпрета ция в СМИ 2000-2016 гг.**

Как было отмечено выше, и смысловое, и аксиологическое решение бинарной оппозиции «народ/власть» реализуется в названиях рубрик, газетных полос, в заголовках, например: «*Власть и мы*» (Южн. гор.), «*Власть и люди*» (Нов. газ.),

«Мы и депутаты» (Южн гор.), «Власть и жители» (Южн. гор.) и т. д. Журналист, будучи представителем населения, общества («мы»), оценивает все, о чем сообщает, с точки зрения соответствия действий и качеств власти интересам населения в разных сторонах его жизни. Эти стороны (денотативные области) также отражены в названиях рубрик и полос: «Власть и дело» (назв. полосы, газета Нагатино-Садовники), «Власть и закон» (назв. полосы, Нов. Изв.), «Власть и кошелек» (назв. полосы, Нов. газ.), «Власть и совесть» (назв. полосы, Нов. газ.), «Таланты и чиновники» (загол., Нов. Изв.) и т. д. См. построенные по этой же модели названия некоторых выставок, зрелищных мероприятий: «Санкт-Петербургский музей восковых фигур представляет: «Движущиеся восковые фигуры. Талант и власть»», «Литературный музей. Лекция «Поэзия и власть»» и т. д. У союза «и» в каждом словосочетании этой модели актуализируется не соединительное, а сопоставительное значение, и сама по себе модель имплицитно содержит вопрос: Как власть относится к жителям? К талантам? К кошельку граждан? Соблюдает ли власть закон? нравственность? и т. д. И в обобщенном виде: Служит власть народу? обществу? Или нет? Ответ дается в публикациях. Он может быть положительным, в современном массмедийном пространстве таковы обычно публикации районных московских газет, газеты Подмосковье и нек. др. Центральные издания: Новые Известия, Независимая газета, Аргументы и факты, Аргументы недели, Новая

газета, региональные интернет-издания, газета Правда – дают большой объем информации о негативных сторонах деятельности власти и жизни российского общества, и ответ в этом случае отрицательный.

Приметной чертой газетных публикаций 2000-2016 гг. стало соединение существительных **народ** и **власть** в контекстах, построенных по принципу антитезы, где власть связывается с явлениями негативного характера, а народ представлен в образе жертвы. Например, в первом номере нового – 2016 – года в газете АиФ был опубликован материал Дмитрия Журавлева, генерального директора института региональных проблем, под заголовком *«Зачем нас стригут?»* [*стригут* – то есть 'грабят, разоряют']. Статью предварял лид: *«Почему в России правительство и народ преследуют даже не разные, а противоположные цели? Цель правительства – наполнить бюджет, цель населения – выжить. И какая из них достигнута?»* И далее, в тексте статьи: *«Удалось больше выжать из страны для бюджета – это хорошо. А то, что после этого слабенькие ростки бизнеса загнулись, – это неважно. В итоге возникает очень богатая страна очень бедного населения, в которой за все платит народ»*. Антитезу образуют антонимия, контекстуальная: *наполнить бюджет – выжить; хорошо – неважно* и языковая контрастная: *очень богатая страна очень бедного населения*. Семантику противопоставленности усиливают противоположные по оценочности слова с эмоциональными кон-

НОТАЦИЯМИ *выжать* —

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.