Н. Б. Руженцева

**РОССИЙСКИЕ ПЕЧАТНЫЕ СМИ
НАЧАЛА XXI ВЕКА:
ЯЗЫК — ТЕКСТ — ДИСКУРС**

Монография

Екатеринбург 2024

Министерство просвещения Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»

Н. Б. Руженцева

**РОССИЙСКИЕ ПЕЧАТНЫЕ СМИ
НАЧАЛА XXI ВЕКА:
ЯЗЫК — ТЕКСТ — ДИСКУРС**

Монография

Екатеринбург 2024

УДК 811.161.1'42+811.161.1'38
ББК Ш141.12-51+Ш141.12-55
Р83

Рекомендовано Ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Уральский государственный педагогический университет» в качестве *научного* издания (Решение № 9 от 30.04.2024)

Рецензенты:

доктор филологических наук, профессор Е. А. Нахимова
кандидат филологических наук, доцент М. Б. Ворошилова

Руженцева, Н. Б.

Р83 Российские печатные СМИ начала XXI века: язык — текст — дискурс : монография / Н. Б. Руженцева ; Уральский государственный педагогический университет. — Екатеринбург : УрГПУ, 2024. — 234 с. — Текст : непосредственный.

ISBN 978-5-7186-2257-7

В монографии, посвященной языку, тексту и дискурсивной специфике российской массовой прессы за 2015—2021 гг., автором сделана попытка анализа газетного текста с разных методологических позиций. Исследование газетного материала с позиций лингвостилистики, жанроведения, лингвопрагматики, когнитивной лингвистики, дискурсологии, аксиологии, лингвокультурологии и лингвоперсонологии позволяет сформировать комплексное представление о дискурсе современных печатных СМИ и о его тенденциях. Демонстрация существующих в рамках этих направлений методов и методик анализа сделана на текстовом материале, который соотносится преимущественно с медиатопиком «Политика». Результаты и выводы исследования могут быть полезны как для специалистов по медиалингвистике, журналистике, политической лингвистике, так и для студентов и аспирантов соответствующих специальностей, а также для всех, кто интересуется процессами, происходящими в современных СМИ.

УДК 811.161.1'42+811.161.1'38
ББК Ш141.12-51+Ш141.12-55

ISBN 978-5-7186-2257-7

© Руженцева Н. Б., 2024
© ФГБОУ ВО «УрГПУ», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Глава 1. Динамика текстообразования в печатных российских СМИ начала XXI века: общая характеристика	7
Глава 2. Языковые и текстовые процессы в современных печатных СМИ: феномен интолерантности прессы	15
2.1. Причины интолерантности и активизация «языка вражды»	15
2.2. Речевые проявления интолерантности и «языка вражды»: ярлыки в жанре политического портрета	19
2.3. Интолерантность в печатных СМИ: текстовые репрезентации	26
2.4. Ирония как средство трансляции интолерантности: возможности комплексного исследования (на материале «Недельки» с Дмитрием Поповым).....	32
2.5. Стиль гранж как разновидность языка массовой коммуникации	39
Глава 3. Абсурд в зеркале СМИ	50
Глава 4. Жанровые процессы в дискурсе печатных СМИ	58
4.1. Жанровая амальгама и диффузия жанров	58
4.2. Возникновение новых жанров	61
4.3. Модификации жанра СМИ (на примере политического портрета).....	65
4.4. Околополитический нарратив как субстрат для жанровых модификаций (на материале политического дискурса)	70
Глава 5. Российские печатные СМИ: дискурсивные процессы	79
5.1. Медиаполитический дискурс как гибридный феномен	79
5.2. Стратегии медиаполитического дискурса	81
5.2.1. Дискредитирующая стратегия (дискурс власти)	81
5.2.2. Апологетическая стратегия в дискурсе печатных СМИ (портрет политика).....	87
5.2.3. Стратегия редукционизма в современных печатных СМИ.....	91
5.2.4. Риторическая стратегия в современных печатных СМИ	94

Глава 6. Российские печатные СМИ: когнитивные процессы и их отражение в текстообразовании.	
Феномен клипового мышления	97
Глава 7. Прагматика печатных СМИ.....	111
7.1. Искажение информации в СМИ.	
Факт и его интерпретация.....	112
7.2. Прагматическая рамка газетного текста. Коммуникативная деятельность автора: «наведение мысли на резкость»	126
7.3. Прагматическая рамка газетного текста. Коммуникативная деятельность адресата: фидбэки в дискурсе печатных СМИ	133
7.4. Прагматическая рамка газетного текста: триггер в политическом дискурсе и реакция на него в зеркале СМИ	143
Глава 8. Аксиологическая специфика современного газетного текста	153
8.1. Точка зрения в газетном дискурсе: аксиологическое содержание.....	154
8.2. Справедливость и несправедливость: речевое представление ценностей и антиценностей в современных печатных СМИ.....	159
8.3. Аксиологический модус в жанровых модификациях политического портрета.....	167
Глава 9. Лингвокультурологические особенности русскоязычных печатных СМИ за рубежом	176
9.1. Русскоязычная пресса за рубежом: понятие и функции	176
9.2. Базовые ценности в заголовках первой русской газеты в Африке: сравнительная характеристика	179
9.3. Политический портрет в русскоязычных СМИ Монголии: лингвокультурологические особенности.....	186
Глава 10. Авторизация дискурса СМИ.....	191
10.1. Прагматическая и стилевая свобода журналиста	191
10.2. Индивидуально-авторская представленность ценностей в жанре политического портрета Н. С. Хрущева.....	203
Заключение	213
Литература.....	215

ВВЕДЕНИЕ

Данная монография является итоговым исследованием, обобщающим научные работы, посвященные российским печатным СМИ, выходявшим главным образом в 2015—2021 гг. (в отдельных случаях мы обращаемся к более поздним выпускам).

В качестве исследовательского материала использованы тексты, взятые преимущественно из российских центральных массовых газет и относящиеся к политическому дискурсу (медиатопику «Политика»). В случае необходимости привлекались материалы, соотносимые с медиатопиками «Экономика», «Культура», «Социальная жизнь», «экология» и др.

Источники и принятые сокращения

1. АИФ — *Аргументы и факты*
2. АИФ УРАЛ *Аргументы и факты. Урал*
3. АН — *Аргументы недели*
4. ЭГ — *Экспресс газета*
5. КП — *Комсомольская правда*
6. МК РРЕ — *Московский комсомолец*

Выбор газет определялся тем, что в их репертуар входят как издания, ориентированные на книжную речь (АИФ и др.), так и издания, ориентированные на разговорную речь (ЭГ). Такой отбор прессы позволяет, как нам кажется, обратиться к разным идеологическим концепциям изданий, к широкому спектру мнений относительно политических проблем, поднятых СМИ в указанный период, и к разной речевой манере журналистов.

Кроме сказанного, в качестве исследуемого материала привлекалась русскоязычная пресса, издаваемая за рубежом («Новости Монголии» и др.). Такие издания представляют хорошую базу для сопоставления российской и русскоязычной публицистики, которая начинает играть большую роль для эффективного взаимодействия России и сопредельных государств.

Первоначально материалы указанных изданий послужили основой для цикла статей, посвященных разным аспектам текстообразования в современных печатных СМИ, а также для учебных пособий и монографий по политической лингвоперсонологии. К последним относятся:

Руженцева Н. Б., Иванова Е. Н., Нахимова Е. А., Никифорова М. В. Лингвополитическая персонология: методология и коммуникативные портреты политических лидеров: монография. Ек-г, 2021.

Руженцева Н. Б., Нахимова Е. А., Никифорова М. В. Лингвополитическая персонология: коммуникативные портреты: монография. Ек-г, 2020.

Руженцева Н. Б., Суетина А. И. Практика речи. Лингвополитическая персонология: российские политики прошлого и настоящего: учебное пособие. Ек-г, 2020.

Руженцева Н. Б., Нахимова Е. А., Суетина А. И. Лингвополитическая персонология: учебник для вузов. Ек-г, 2021.

В свою очередь, в настоящей монографии мы попытались осуществить обобщение и систематизацию материала ранее вышедших статей, монографий и учебных пособий в комплексном ключе, объединяющем следующие аспекты исследования:

- стилистический;
- жанровый;
- когнитивный;
- дискурсивный;
- аксиологический;
- лингвопрагматический;
- межкультурный;
- лингвокультурологический;
- лингвоперсонологический;
- идиостилевой.

С нашей точки зрения, многоаспектное исследование материала дает возможность представить языковую — речевую — текстовую — дискурсивную специфику ряда российских газетных изданий начала XXI века. В связи с этим следует заметить, что мы не придерживаемся строгого разграничения языковых и речевых (текстовых) явлений, так как факты языка функционируют именно в речи (тексте). Сказанное о комплексном характере исследования можно с полным правом отнести и к электронному дискурсу газетных СМИ, так как каждое печатное издание имеет в Интернете свою электронную версию.

Наконец, хотелось бы подчеркнуть, что мы не даем личной оценки интерпретируемого материала, и в частности политических фигур, о которых идет речь. Нашей главной целью является выявление и характеристика сложившихся к началу 20-х гг. XXI века особенностей газетного текста, а также определение дискурсивных векторов, получающих дальнейшее развитие в электронных СМИ.

ГЛАВА 1

Динамика текстообразования в печатных российских СМИ начала XXI века: общая характеристика

Динамические процессы в печатных российских СМИ активизировались в 80-е годы XX века в связи со сменой идеологических приоритетов. В советское время информационная норма с первых послереволюционных лет на долгое время приобрела характер идеологической нормы: «жестко регламентировалось и то, о чем можно писать, и то, как об этом можно писать» [Платонова, Виноградов 1998: 241]. В системе печатных СМИ ведущими были пропагандистская и организаторская функции, носившие идеологический характер. Третьей, не менее важной функцией СМИ была функция когнитивная, связанная с формированием особого типа мышления — собирательно-аналитического: «Одной из задач газеты в Советском Союзе является развитие у массового читателя собирательно-аналитического мышления и навыков оптимального сознательно-волевого общественного поведения» [Васильева 1982: 18].

Как следствие, указанные функции (идеологическая и когнитивная) формировали особую стилистику газетного текста. Во-первых, стилистика должна была решать прагматические задачи (обсуждение публикации в коллективе, в семье, отклика на произведение), ср.: «Проблемы, затронутые в газете, обсуждаются и в непринужденных беседах, и на массовых собраниях, и на заседаниях вышестоящих органов, причем обязательность серьезного делового отклика соответствующей административной или общественной инстанции на газетный «сигнал» является общепринятым, непреложным правилом» [Васильева 1982: 13]. Во-вторых, язык и стиль советских газет были подчинены требованию соблюдения унифицированной формы, которое вело к «шаблонизации языка и речи, к господству книжной речи в ущерб разговорной, к преобладанию официоза» [Солганик 1982], ср., также: «Рабочий характер отражался в ее (газеты. — Н. Р.) языке, в основном серьезном, сдержанном и деловом» [Васильева 1982: 13]. В свою очередь, унифицированная стилистика была призвана решать задачи формирования единого социалистического мировоззрения [Там же]. Таким образом, когнитивную специфику прессы советского периода можно с известной долей условности определить как идеологизированность и стереотипизированность (неперсонифицированность)

мышления и коллективного, и индивидуального адресанта газетного текста.

Стилистические сдвиги в газетном тексте, отразившие изменения в мышлении, ярко проявились в перестроечный и постперестроечный период. Наиболее последовательно эти сдвиги охарактеризованы В. Г. Костомаровым в вышедшей в конце 1990-х гг. работе «Языковой вкус эпохи», в основе которой лежит большой газетный материал. Но с тех пор прошло более 20 лет, и именно этим обусловлена наша попытка обобщения динамических процессов, произошедших в газетном дискурсе за эти годы. Эти процессы обусловлены как экстралингвистическими причинами, так и когнитивными изменениями в сознании массового читателя. В данной главе на материале медиатопика «Политика» мы дадим их сжатое описание (с более детальным обобщением указанных процессов можно познакомиться в статье Н. Б. Руженцевой «Когнитивно-стилистические процессы в политическом нарративе популярных печатных СМИ», 2019).

1. ПРАГМАТИЗАЦИЯ ТЕКСТА СМИ

Текст СМИ — это своеобразный товар, и от привлекательности этого товара зависит рейтинг издания, а также объем и цена размещаемой рекламы. Как следствие — все СМИ стараются сделать свой товар как можно привлекательнее, что достигается и вербальными, и невербальными способами. В качестве примера можно привести совокупность политических текстов, в которую проникла развлекательная и криминальная тематика, направленная на то, чтобы привлечь и удержать адресата, ср.:

1. Развлекательные заголовки к подборке высказываний политиков в газете АИФ:

- *Хакер в холодильнике (АИФ № 11, 2017)*
- *В Евросоюз на верблюде (АИФ № 13, 2017)*
- *Кошки-Мишки (АИФ № 9, 2017)*

2. Иронические редакционные комментарии, которые переводят политические высказывания в область комического:

● *З. Габриель, глава МИД ФРГ: «У Европы только с одной стороны есть милые соседи — это белые медведи на Западе. С другой стороны — Россия, Турция, Северная Африка — сложные соседи».*

«Тамбовский волк тебе милый сосед», - могли бы сказать в ответ немецкому министру белые медведи (АИФ № 11, 2017).

3. «Горячие новости», свежая и острая информация криминально-политического характера:

Убитый Воронков не предатель, а барыга.

Грохнули свои, чтобы сохранить общак.

Применительно к политическому тексту хотелось бы заметить, что последний начал проникать в любые массовые издания, в том числе — бесплатные и так называемую бульварную прессу. Ср., политическую информацию лишь в одном номере бесплатной газеты «Метро», ориентированной, прежде всего, на то, чтобы развлечь адресата и удовлетворить информационный запрос (основная цель газеты — размещение сведений о рабочих местах):

**Меркель едет в Россию*

**Карапетян не лишился депутатского мандата*

**Жириновский собрался «расстреливать и вешать»*

**Россияне считают Крым частью своей страны*

**Хиллари Клинтон может стать мэром Нью-Йорка* (Метро № 10 (203), 2017).

В целом ориентацию личности на развлечение и пользу можно расценивать как ведущий экстралингвистический фактор, обусловивший поворот качественных изданий, ориентированных на книжную речь, к изданиям, ориентированным на разговорную речь и на носителей обиходно-бытового мышления.

2. ВИРТУАЛИЗАЦИЯ ТЕКСТА СМИ

Виртуализация текстов СМИ связана, прежде всего, с приоритетами молодежи. Привлекательной для молодых людей является «информация о лицах и их взаимоотношениях, не имеющих никакого отношения к респонденту, являющихся, по сути, виртуальными образами в системе российских и мировых масс-медиа, но воплощающих некий стереотипический образ, идеал успешных и состоявшихся фигур» [Катунин, Мишанкина, Ермоленкина 2011].

Виртуализация на тематическом уровне отражена в конгломерате текстов, который можно условно назвать околополитическим нарративом. Это тексты, посвященные медийным фигурам, в том числе тем, которые находятся рядом с политиком. К околополитическому нарративу можно отнести сюжеты, посвященные частной жизни политиков, руководителей государства, членов правящих семей:

Лошади Кадырова

Прохорова ограбили

Янукович признался в разводе

Адаптация текста печатных СМИ к виртуализации мышления прослеживается и на лексическом уровне, что связано с употреблением в качестве средства текстообразования мемов — единиц культурной информации, получающих первоначальное распространение в Ин-

тернет-дискурсе: *ВЕЖЛИВЫЕ ЛЮДИ, ЗЕЛЕНЫЕ ЧЕЛОВЕЧКИ, ОНИЖЕДЕТИ, ЗИМА БЛИЗКО*. Последний мем (апелляция к «Игре престолов») часто используется для описания возможного обострения обстановки в разных сферах.

В целом влияние электронных СМИ на изменения в массовом сознании очень велико. Примером может служить околополитический нарратив, специфику которого мы охарактеризуем в связи с жанровыми процессами в дискурсе печатных СМИ.

3. ДЕМОКРАТИЗАЦИЯ ТЕКСТА СМИ

Печатные издания все больше ориентируются на идеологию речевого поведения, сложившуюся в разговорной речи. В связи с этим нужно отметить, что произошедшие в текстах СМИ в 2015—2021 гг. изменения можно обобщенно свести к: а) тематическим; б) лексико-синтаксическим; в) жанрово-стилистическим.

Динамика лексических процессов состоит, прежде всего, в переходе от нейтрального стиля к языковой раскованности, ср.:

**Став автором новой избирательной системы, Столыпин сумел ПРОПИХНУТЬ на выборах в Государственную Думу лояльных царю и правительству депутатов. Вместо дел государственной важности, они занимались «ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ ЖВАЧКОЙ»... Эта ЗАКОНОТВОРЧЕСКАЯ ШИЗОФРЕНИЯ в значительной степени обострила политические проблемы (ЭГ № 14 (1154), 2017).*

Лексические процессы поддерживаются и на синтаксическом уровне организации политического текста: в него активно проникают элементы разговорного синтаксиса: короткие, в том числе — односоставные и неполные, предложения, апеллятивы и иные контактоустанавливающие средства, вопросно-ответные конструкции и другие средства, вносящие в политическое сообщение живость, непринужденность, естественность, легкость, ср., например:

Русские спасали болгар от турок, потом — от немцев. Придетя, видимо, спасать и от американцев (ЭГ № 41 (1338), 12.10.2020).

Процессы демократизации коснулись не только репертуара лексических средств и синтаксиса политического текста, но и жанрового корпуса Политические события и фигуры соотносятся в настоящее время с такими жанрами устной речи, как слухи, сплетни, неформальные комментарии, в которых тезис обосновывается системой аргументов-мнений. К демократизации мышления приспособиваются и такие нетрадиционные формы подачи недостоверной политической информации, как свидетельства очевидцев, мистификации, приметы и про-

гнозы, например, подачу информации в жанре слуха: *Бразильский лидер Мишель Темпер и его супруга Марсела сбежали из официальной президентской резиденции из-за ее зловещей атмосферы... По слухам, первая леди проводила обряд изгнания злых духов, однако он не помог избавиться от гнетущей атмосферы* (МК. РРЕ, 15-22.03 2017).

К собственно стилистическим процессам в дискурсе печатных СМИ можно с полным правом отнести сдвиг тональности политических текстов в сторону иронии. Иронический пафос сопутствует политическим сообщениям на самые серьезные темы и коррелирует с таким процессом, как профанизация мышления (от лат. профанировать — «искажать; опошлять, осквернять; подвергать профанации»). Все это детерминирует размещение в популярных СМИ искаженной, но привлекающей массового адресата информации, ср.:

Противники Дональда Трампа нашли верный, по их мнению, способ вытурить законно избранного президента из Белого Дома. Несколько десятков ведьм и колдунов должны одновременно призвать демонов, дабы те лишили Трампа возможности говорить и действовать. Выполнять ритуал следует ежемесячно в полночь на убывающую луну, пока президент не будет отстранен от должности (ЭГ № 10 (1150), 2017).

Сказанное свидетельствует, на наш взгляд, о все возрастающей раскрепощенности мышления современных потребителей политической информации, к которой активно адаптируются и печатные СМИ.

4. ДИСКРЕТНОСТЬ ВОСПРИЯТИЯ ТЕКСТА СМИ

Следующий процесс, влияющий на изменения в печатных СМИ, связан с современным предпочтением дискретного восприятия информации, формированием так называемого «клипового мышления». С целью адаптации текста к специфике современного клипового мышления авторы обращаются к использованию ряда приемов. «Первоначально именно СМИ, а не Всемирная сеть выработали универсальный формат подачи информации — так называемую последовательность актуальных клипов. Клип в данном случае — это короткий набор тезисов, подающихся без определения контекста, так как в силу своей актуальности контекстом для клипа является объективная действительность» [Семеновских 2013]. Существует набор стилистических приемов адаптации текста к клиповому стилю мышления, например тематическая фрагментарность, которая распространена как в дискурсе электронных, так и в дискурсе печатных СМИ. Примером может служить анонсирование тематически не связанных новостей на первой полосе газеты), ср. анонс АИФ (09. 2019):

Щупальца спрута

Как глава подмосковного района прибрал к рукам 1700 объектов недвижимости

ОбРУБЛенное содружество

Может ли российский рубль стать единой валютой стран СНГ?

Нет инсулина, нет физраствора

Почему возник лекарственный дефицит?

По самые помидоры

Кто внес томаты, кабачки и баклажаны в список вредных продуктов?

Что немцу хорошо и т.д. (подробнее о специфике клипового мышления и его отражении в текстах СМИ см., главу 6).

5. ДИАЛОГИЗАЦИЯ И ПЛЮРАЛИЗАЦИЯ ТЕКСТОВ СМИ

Диалогизация мышления современного человека обусловлена ведущими коммуникативными процессами XXI века — орализацией общения (преобладанием устной формы над письменной) и распространением интерактивной формы общения в Интернет-коммуникациях. Как следствие — внутренняя монологичность печатных текстов СМИ советского периода, за которыми стояло единое мнение партии, заменяется внутренней диалогичностью и полифоничностью. Тексты являются откликами на предыдущие высказывания, в них совмещается несколько голосов, несколько точек зрения. Полифоничность текстов достигается также при помощи риторических фигур и цитирования. Она связана с явной и скрытой полемичностью, а также использованием иронии и сарказма, ср., репрезентацию многоголосья в публикации «Американская история подлости»:

ГАЗЕТА «НЬЮ-ЙОРК ТАЙМС» разразилась статьей о том, что афганские талибы якобы получают вознаграждение от коварных русских за убийство американских военных. Эту байку подхватили ДРУГИЕ СМИ... А спикер палаты представителей Конгресса Нэнси ПЕЛОСИ, брызгая слюной, призвала немедленно ввести санкции против нашей страны. Такая смесь абсурда, гнусной лжи и откровенной глупости. А еще — черная неблагодарность (ЭГ № 28 (1325), 13. 07. 2020).

6. СЦЕНИЧНОСТЬ ТЕКСТОВ СМИ

Сценичность мышления современного потребителя массовой информации сформировалась под влиянием массива аудиовизуальной информации, и прежде всего — телевидения, кино и театра. Как след-

стве — приемы минимизации умственных усилий переносятся и на печатное сообщение. К ним относятся: сокращение предложений, уменьшение их длины, отказ от усложненных синтаксических конструкций и узкоспециальных терминов, графические средства и некоторые другие способы.

Влияние аудиовизуальной информации на печатный текст отчетливо проявляется в монтажной композиции публицистических текстов, ср.: «смонтированные» фотофакты текстового фрагмента статьи «Болгарское восстание»

Фотофакт 1: Резиденцию премьера Бойко Борисова протестующие забрасывают имитацией банкнот 5000 евро.

Фотофакт 2. Таким образом участники акции отреагировали на снимки спящего премьер-министра, которые появились в Интернете. Там возле него на тумбочке лежат пистолет, пачки купюр по 500 евро и слитки золота. Этот фотофакт в стране, где большинство населения живет далеко за чертой бедности, произвел эффект разорвавшейся бомбы.

Фотофакт 3: Еще больше людей вышли на улицы после публикации видеозаписи лидера оппозиционной партии «Да, Болгария» Христо Иванова. На ней он вместе со сторонниками попытался посетить пляж, где располагался особняк лидера прозападной партии «Движение за права и свободы» Ахмеда Догана.

Фотофакт 4: Охранники богача не пустили туда людей, хотя доступ к воде по закону должен быть у всех граждан (ЭГ № 41(1338), 12. 10. 2020).

В целом газетный текст все больше принимает облегченно-развлекательный характер, свойственный произведениям массовой культуры, в том числе — гляцевым изданиям, ориентированным на разговорную модель общения. В качестве примера приведем заметку о частной жизни принца Уильяма (члена правящей королевской семьи Великобритании, официального лица), рассчитанную на читателя, который не приобщен или мало приобщен к политической жизни общества и ищет главным образом развлечений:

ПРИНЦ УИЛЬЯМ РАССЛАБИЛСЯ С АВСТРАЛИЙСКОЙ МОДЕЛЬЮ

Отпрыск королевской фамилии, которого еще недавно ставили в пример младшему брату Гарри, опростоволосился хуже некуда. Принц Уильям поехал с друзьями в Швейцарию покататься на лыжах. Это бы ладно, но в теплой компании оказалась 24-летняя блондинка Софии Тейлор — модель из Австралии, известная фривольными фото-

сессиями. Судя по снимкам, общение девушки с королевской особой было неформальным (ЭГ 12, 2017).

Информация о члене королевской семьи подается в заметке через центральные для гляцевых изданий понятия «мужчина» и «женщина»; сведения приблизительны (судя по снимкам; Софии Тейлор, известная фривольными фотосессиями), а манера изложения близка к разговорной речи (это бы ладно; теплая компания; расслабился; опростоволосился хуже некуда). Подобная организация текста способствует тому, что политический или государственный деятель становится в один ряд с персонажами гляцевых изданий, в том числе — с деятелями шоу-бизнеса, известными своими любовными похождениями.

Таким образом, когнитивные процессы (изменения в сознании массового адресата — потребителя информации) детерминируют и процессы коммуникативные, в том числе, связанные с печатными СМИ. Все тематические блоки, и в первую очередь — политический нарратив, приспособляются к когнитивным изменениям. Для политического нарратива это происходит:

- путем увеличения доли визуальной информации.
- путем расширения ареала политических сообщений, появления целой группы текстов, которые условно можно назвать околополитическим нарративом;
 - путем привлечения внимания и интереса к виртуальным образам (медийным фигурам), а также к камерным сюжетам;
 - путем профанизации политической информации;
 - путем дискретной подачи информации (адаптации к восприятию нелинейного текста);
 - путем раскрепощенной подачи политической информации, в том числе — трансформации жанрового корпуса;
 - посредством диалогизации и плюрализации политической информации;
 - посредством использования в печатном тексте сценических приемов (монтажная композиция, кадровая или «зонтичная» подача информации);
 - посредством реализации развлекательной интенции, сближающей политический текст с произведениями массовой культуры.

Когнитивные процессы в целом носят открытый характер. Это ведет к перманентным изменениям формально-содержательной организации текстов СМИ и приоритетных способов подачи газетной информации.

ГЛАВА 2

Языковые и текстовые процессы в современных печатных СМИ: феномен интолерантности прессы

Языковые и текстовые процессы в современных печатных СМИ в значительной степени обусловлены феноменом интолерантности. В самом общем виде интолерантностью называют «нетерпимость к инакомыслию, к иной вере, к любой несхожести. Нетерпимость основывается на убеждении, что твоя система взглядов, твой образ жизни стоят выше остальных» [Толерантность как атрибут современной жизни: понятие и принципы формирования: 21]. В этой связи достаточно распространенным является мнение о том, что интолерантность — это серьезная угроза, так как с интолерантностью мир невозможен» [Жигунова 2010: 63]. Однако понятие интолерантности применительно к текстам СМИ может иметь и другую трактовку. Мы считаем, что интолерантность в ее содержательно-формальном представлении соотносима с широко понимаемым репертуаром средств и способов репрезентации негативной оценки при рассмотрении совокупности политических, экономических, социальных или иных вопросов (подробнее об интолерантности в прессе см., Руженцева Н. Б. «Интолерантность в зеркале СМИ: языковое и текстовое представление», 2020; Руженцева Н. Б. «Язык вражды и его представление в печатных СМИ: динамические процессы», 2022). В свою очередь, интерпретация данного феномена возможна лишь через оппозицию интолерантность/толерантность, предполагающую столкновение двух (или нескольких) точек зрения. Следствием является распространение «языка вражды», который обусловлен как экстралингвистическими, так и лингвистическими причинами.

2.1. Причины интолерантности и активизации «языка вражды»

Нераспространенность «языка вражды» в прессе советского времени была обусловлена идеологическими причинами, и прежде всего — установкой на отображение СМИ позитивных общественных явлений, ср.: «Язык советской газеты в целом един, а языковая специфика (лексика, словосочетания) и специфика стилистической манеры в каждой газете имеют частный характер, не разрушающий этого единства. Это единство уходит в содержательное единство, в морально-

политическое единство общества и непосредственно связано с такими сущностными сторонами газеты, как:

- отбор общественно актуального из бесконечного разнообразия жизненной информации;
- установка на выявление прогрессивных тенденций в развитии жизни общества;
- направленность на активное утверждение прогрессивного в сознании и действиях масс» [Васильева 1982: 18].

Однако с конца 1980-х гг. XX века происходит резкая активизация критического мышления журналистов и на первый план выходят не позитивные изменения в обществе, а обличение негативных сторон его жизни, зачастую переходящее в духовный нигилизм. Ср.: «За вкусом к беспредельной свободе выражения, за фамильярной развязностью тона, который в моде, часто скрывается духовный нигилизм, утрата исторической памяти и уважения к отечеству. Возникло примечательное явление — агрессивная некомпетентность, черпающая знания из масс-медиа, нынче крайне противоречивых, но безапелляционных в своем подчинении интересам сторон в междоусобной политической борьбе за власть. Демократизирующееся в ускоренные сроки общество допускает неистовую либерализацию, доходящую до разнуданного отрицания с апатией и равнодушием, с которыми трудно примириться» [Костомаров 1999: 43]. Такое положение вещей имело следствием широкого распространения интолерантности и «языка вражды». Попытаемся обобщить высказывания в СМИ, вскрывающие причины сказанного.

1. Увеличивающийся раскол общества (из интервью с М. Кронгаузом):

«В политическом смысле наше общество настолько расколото, что содержательных диалогов, дискуссий между разными его частями давно уже не ведется. Зато интенсивно разрабатывается язык вражды» (АН № 33 (727), 28. 08. 2020).

2. Заимствование агрессивной формы высказываний (из интервью с Марией Захаровой):

– А не перегибаете ли вы палку, общаясь с широкой аудиторией? Что вы можете ответить тем вашим критикам, которые обвиняют вас в «гопническом» стиле дипломатии — в использовании эмоционально заряженной лексики?

– Использование эмоционально заряженной лексики — это точно не наша «находка». Это стало частью международных отношений благодаря появлению социальных сетей. Лет 10-15 назад мы сначала даже не могли понять, откуда к нам доносятся такие очень стран-

ные и эмоционально заряженные комментарии глав внешнеполитических ведомств других стран. Потом оказалось, что они дают такие короткие, емкие, эмоционально заряженные комментарии через социальные сети, через Твиттер. Такая форма дипломатии очень быстро превратилась в новую реальность международных отношений... Возможности не встраиваться в такую форму общения у нас не было. Она очень быстро стала повсеместной — на уровне глав государств и на уровне внешнеполитических ведомств (МК РРЕ, 13-20. 05. 2020).

3. Отсутствие аргументации, подмена последней эмоционально окрашенной лексикой и высказываниями (из интервью с Марией Захаровой):

– Мария, как вы внутри себя блокируете тот груз ненависти, который ежедневно обрушивается на вас в социальных сетях со стороны пользователей некоторых стран, особенно Украины?

– Как правило, когда люди выражают свою точку зрения в агрессивной манере, на то есть две причины. Первая — отсутствие других аргументов. Это стопроцентно работающее правило. Когда у человека есть аргументы, он никогда не будет опускаться до оскорблений, персональных выпадов и так далее. Он просто изложит свою точку зрения. А вторая причина — это то, что очень часто люди переходят на оскорбления, потому что чувствуют нестерпимую боль. Для них это единственный способ заявить о своей боли — сделать боль другому (МК РРЕ, 13-20. 05. 2020).

4. Редукция и искажение информации в процессе ее восприятия и понимания. Оценивается не то сообщение, которое закодировано адресантом, а его интерпретация (из интервью с М. Захаровой):

– Выплата ипотеки, как известно, процесс, растянутый на несколько лет. Правильно ли я поступил, когда в течение этого времени все-таки иногда выбирался на отдых за границу? И, если серьезно, что вы имели в виду в своей знаменитой цитате, которая, как вы утверждаете, была искажена и перевернута?

– Хочу еще раз сказать, что мои слова были перевернуты. Они были не только выдернуты из контекста. В них вложили смысл, который прямо противоположен тому, что я имела в виду. Мне приписали те слова и фразы, которые мной когда не произносились. Очень сожалею, что люди, которые стоят за этой дезинформацией, достигли, к сожалению, своей цели... Благодаря намеренной грязной кампании в Интернете появились якобы мои цитаты, которых я никогда не произносила, — про «кастовость», «элиту» и «невозможность выезда за границу с детьми». Я ведь говорила о прямо противоположных вещах (МК РРЕ, 13-20. 05. 2020).

5. Влияние Интернета, и блогосферы — в частности (из интервью с писателем Алексеем Ивановым и профессором Д. Стровским):

- Посмотрите на стиль взаимодействия в интернет-сфере. В переписке ничего не стоит оскорбить человека, более того, нередко слышны угрозы в адрес друг друга. О сниженной лексике в ходе такой полемики я даже не говорю. Она сегодня — привычное дело (Д. Стровский. АИФ Урал № 24, 2020).

- «... герой нашего времени — блогер. Именно в нем воплощается главная драма эпохи, которая состоит во взаимоотношениях онлайна и офлайна... Например, ответственность человека за свои слова. В блогосфере мы за свои слова не отвечаем по определению» (А. Иванов. АИФ Урал № 40, 2020).

«В целом в соцсетях происходит резкое увеличение количества слов с негативно-оценочной семантикой и агрессивным потенциалом: *хейтить* (ненавидеть), *хейтер*, *тролль*, *троллинг*, *абьюзер*, *газлайтинг*, *токсичный*, *хайп*, (резонанс, шумиха, агрессивный пиар) и др. И взрослый, и подростковый новояз по происхождению восходит к Интернету: *выбешивать*, *требошир* (в основе слово «*дебошир*»), к языку «сетевых подонков», к наркоманскому сленгу и к тюремному аргю, ср.: *заиквар* — *стыд*, *позор*. Отсюда в социальных сетях возрастает и общий уровень агрессии... Как следствие — агрессивное речевое поведение становится привычным и переходит в СМИ» [Руженцева 2022].

6. Влияние постмодернизма:

С точки зрения С. И. Сметаниной: «...интрига „своего“ и „чужого“ становится доминантой смыслопорождения для создающего и воспринимающего текст» [Сметанина 2002: 99]. Как следствие — *присутствие «чужого» и диалог с ним детерминирует частое употребление приемов некорректной полемики, в том числе — агрессивный переход на личность оппонента* [Руженцева 2022].

7. Внутриязыковые процессы.

Внутриязыковые процессы, влияющие на расширение репертуара «языка вражды», связаны, прежде всего, с переосмыслением значений отдельных слов. Самым ярким примером является появление юридического термина «иностранный агент (иноагент)». В качестве термина это слово должно быть нейтральным, однако быстро обрело негативно-оценочное значение, ср., мнение М. Кронгауза: «Термин производит сильное впечатление, С одной стороны, это просто перевод американского юридического термина *foreign agent* из знаменитого «Акта о регистрации иностранных агентов», принятого в США в 1938 году. С другой стороны, у словосочетания «иностранный агент» в русском языке есть устойчивые и негативные ассоциации. Это подтвердил

опрос, проведенный «Левада-центром», в котором более 60% опрошенных сказали, что для них это прежде всего «шпион, представитель иностранных спецслужб». Использование в новом законе столь эмоционально окрашенных слов — исключительная редкость. Юридический статус вроде бы нейтральный, но сразу воспринимается негативно» (АН № 33 (727), 28. 08. 2020).

8. Речевые и текстовые процессы

К речевым процессам в современных СМИ можно отнести использование метаоператоров (дискурсивных маркеров) [Ведрева 2005: 80] и других видов метарефлективов, активизирующих бинарную оппозицию: «В этих условиях известную остроту приобретают так называемые социальные метарефлективы, в нашем случае имеющие отношение к общекультурной оппозиции «свой-чужой» [Садова 2019: 129]. Чаще всего метарефлексия осуществляется посредством конструкций со значением речи, например: «Нет, конечно, 18 млрд. — тоже, КАК БЫ ЭТО ПОМЯГЧЕ СКАЗАТЬ, некоторая сумма... Но в сравнении... (АН № 47 (691), 04. 2019). Однако в настоящее время функцию передачи негативно-оценочных метасообщений активно стали выполнять лексемы *просто, практически, фактически, так называемый* и ряд других слов и выражений: «*Может, надо вот это показывать в телевизоре? Не Моргентитерна и Даню Милохина, ПРОСТИ ГОСПОДИ, а нормальных пацанов и девчонок, которые учатся чему-то*» (АИФ №50, 2022).

Кроме сказанного, причиной влияющей на текстовые процессы, детерминирующие увеличение доли интолерантных высказываний, является расширение жанрового корпуса СМИ. В настоящее время с уверенностью можно говорить о перманентном увеличении числе речевых жанров, интенцией которых является трансляция враждебного отношения к оппоненту. Пафос этих жанровых форм чаще всего иронический или саркастический — в них преобладает насмешка с большим диапазоном оценочных значений: от легкой иронии до иронии злобной, язвительной, агрессивной.

2.2. Речевые проявления интолерантности и «языка вражды»: ярлыки в жанре политического портрета

Еще в конце XX века В. Г. Костомаров писал о том, что «устно-бытовая речь, просторечие, а в значительной мере и жаргоны врываются в письменно-книжные жанры прессы, в радио- и телевизионные передачи» [Костомаров 1999: 57]. Процесс этот активно продолжается

и по сей день, захватывая и лексику и фразеологию русского языка, ср.:

Трамп уже и так выглядит БАЛАБОЛОМ — обещал и не урегулировал отношения с КНДР, обещал ПРИЖАТЬ К НОГТЮ ВЕНЕСУ-ЭЛУ, но все закончилось полным провалом. Обещал РАСКАТАТЬ ИРАН, но после иранской ракетной атаки по американской базе в Ираке скрыл информацию о 50 раненых и контуженных солдатах (АН № 4 (698), 95. 02. 2020).

Одним из популярных средств, детерминирующих динамические процессы в СМИ в сторону расширения репертуара «языка вражды», является ярлык. Обратимся к функциям ярлыков в политическом дискурсе, и в частности — в жанре политического портрета, получившем достаточно широкое распространение в последнее десятилетие (более подробно тема раскрыта в статье: *Руженцева Н. Б. «Функции ярлыков в коммуникативном портрете политика (на материале печатных СМИ)»*, 2019.

«Применительно к политическому дискурсу ярлык — это свернутая информация о политике, речевое средство, используемое с целью дискредитации оппонента» [Там же].

Принято считать, что в политическом дискурсе навешивание ярлыков — это «сведение политической позиции адресата к тому или иному политическому направлению, вызывающему активное неприятие со стороны общества или каких-либо социальных групп» [Платонова, Виноградов 1998: 261]. Со своей стороны мы полагаем, что общую функцию ярлыков можно дифференцировать на несколько интенциональных разновидностей.

1. ФУНКЦИЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ НЕГАТИВНОЙ ОЦЕНКИ ПОЛИТИКА

В современных СМИ оценочная функция ярлыков тесно связана именно с дискредитирующей функцией последних: Прием «наклеивания ярлыков» — это «использование слов негативной окраски с целью дискредитировать идеи, планы, личности, вызвать чувство предубеждения, страха, ненависти, не прибегая к объективной оценке или анализу» [Цуладзе 1999: 86-87], ср., фрагмент из публикации А. Чуйкова:

Но, похоже, это и не главная цель для ФИНАНСОВЫХ КОВ-БОЕВ... По мнению аудиторов счетной палаты, КАРАСИ ИЗ МИН-ФИНА записали в актив на 300 млрд. больше, чем смогут получить в виде дивидендов по акциям, принадлежащим РФ. Может быть, ошиблись, неправильно посчитали. А может, это мина замедленного действия и в один прекрасный день ФИНАНСОВЫЙ ПСЕВДОГЕНИЙ

скажет ВВП: «Недоплачивают в бюджет, ПАРШИВЦЫ!» (АН № 47 (691), 04. 12. 2019).

В дополнение к сказанному хотелось бы упомянуть об активном бытовании в текстах СМИ не только словесных, но и контекстуальных ярлыков [Булгакова 2012]. Примером могут служить слова *ПЬЯНИЦА* и *ВАНДАЛ*, которые, с одной стороны, употребляются как бранные: *Замолчи, пьяница!* — а с другой стороны, в общем контексте высказывания, становятся ярлыками, дискредитирующими политическую фигуру (лексика, формирующая контекст, выделена заглавными буквами):

ПЬЯНИЦА И ВАНДАЛ

В 1983 году Джонсон поступил в Оксфорд — изучать классическую литературу и историю. Правда, развлечения интересовали его гораздо больше науки. Там он сделался членом элитного «Буллингдонского клуба», чтобы вместе с другими представителями высшего общества НАПИВАТЬСЯ, безнаказанно ДЕБОШИРИТЬ и устраивать акты ВАНДАЛИЗМА. Например, до блеска натирать бронзовым памятникам причинные места или сбрасывать с моста в речку случайных прохожих. Среди его СОБУТЫЛЬНИКОВ там был Чарльз Спенсер-младший, брат принцессы Дианы, и Дэвид Кэмерон. Начав в студенчестве, Борис ЕЖЕДНЕВНО ПЬЕТ и сегодня. Его норма — две кружки пива после работы (ЭГ № 30 (1275), 29. 07. 2019).

2. ФУНКЦИЯ ИНТЕРПРЕТАЦИИ

«В публицистике ярлык не просто шаблон и неодобрительная характеристика предмета, личности, явления, а их идеологическая интерпретация» [Клушина 2008: 140]. Примером идеологической интерпретации может служить характеристика политических фигур (президентов на должности депутатов Мосгордумы и их предшественников) как абсолютно не способных к управлению Россией «гуманитариев». В приведенных фрагментах статьи «*Даешь нового Чубайса! В придачу к старому*» идеологическими ярлыками можно считать следующие: *БЕСТОЛОЧИ БЕЗ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ, НЕРВНЫЕ ЮРИСТЫ И ЖУРНАЛИСТЫ, НОВЫЕ ЧУБАЙСЫ И ГАЙДАРЫ, ГУМАНИТАРИИ* и др.:

- *Именно тогда протестная волна против власти коммунистов вынесла на поверхность Чубайса, Гайдара, Станкевича и прочих либералов. Эти люди, придя в высшую власть, заполнили клеточки в министерствах НИКОМУ НЕ ИЗВЕСТНЫМИ ПРОЙДОХАМИ, часто из комсомольских работников, кто принялся нещадно грабить все, что плохо лежало.*

- *Эта публика, словно САРАНЧА, принялась приватизировать российскую нефтянку, металлургию, оборонку.*
- *БЕСТОЛОЧИ БЕЗ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ* убили фабрики и заводы ради куска земли и подержанного «Мерседеса».
- *А сейчас посмотрите, кто считается лидерами нынешнего протеста. Вновь юристы, журналисты и вообще НЕЗНАМО КТО. Все по отдельности очень милые и искренние в своем протесте личности. Но, как в начале бандитских 90-х, в своем обозе они привезут во власть НОВЫХ ЖУЛИКОВ И ПРОХОДИМЦЕВ.*
- *Посмотрите, кого заменят эти НОВЫЕ ЧУБАЙСЫ И ГАЙДАРЫ, эти НЕРВНЫЕ ЮРИСТЫ И ЖУРНАЛИСТЫ.*
- *Если нынешний протест все же продавит власть, как это случилось в 1990, то одних «ГУМАНИТАРИЕВ» сменят другие. И российская промышленность загорится окончательно (АН № 31 (675), 14. 08. 2019).*

3. ФУНКЦИЯ МАНИПУЛЯЦИИ

«Словесные ярлыки служат средством манипуляции информацией. В медиатекст намеренно вводятся номинации, которые вызывают у адресата искаженные представления о действительности. Эти ярлыки представляют собой необоснованную, субъективную, эмоциональную характеристику человека или явления, вызывают отрицательные ассоциации подводят человека к неправильным выводам» [Наварсартян 2016: 463]. Примером может служить ярлык ПРИКОЛ, реализующий саркастическую интенцию адресанта и способствующий крайне субъективной характеристике человека (манипуляция посредством ярлыка поддерживается контекстом):

Есть такой ЗАБАВНЫЙ ДЕЯТЕЛЬ... — МИНИСТР, ПРОСТИ ГОСПОДИ, экономического развития... И вот этот самый «ПРИКОЛ» вдруг начинает рассказывать, что у нас все очень плохо и ситуация в экономике вообще может взорваться уже в 2021 году (АН № 33 (677), 28. 08-04.09 2019).

Разновидностью манипулятивной функции является функция мифологизации. Она связана с тем, что ярлыки могут быть интерпретированы как «тяготеющие к стереотипизации номинативные единицы-идеологемы... представляющие собой линейно свернутые негативные мифы и используемые для дискредитации социально и политически значимых объектов» [Сквородников, Копнина 2019: 50], ср., свернутые мифы о Ю. Тимошенко:

*Но есть ЗЭЧКА и ЛИШЕНКА,
Воспитал днепровский клан,*

*Это Юля Тимошенко,
А в девичестве Григян.
Присоавшись к газу ловко,
Завернув шиньон в косу,
Юля, УШЛАЯ ВОРОВКА,
Пела всем: «Я вас спасу»* (ЭГ № 13 (1258), 01. 04. 2019).

4. РЕГУЛЯТИВНАЯ ФУНКЦИЯ

Ярлыки относятся к регулятивным средствам /структурам, «коррелирующим в сознании читателя (слушателя) с отдельными мотивами автора как этапами текстового развертывания» [Болотнова 1999: 35-36]. Регулятивность ярлыка обусловлена, прежде всего, тем, что «аудитория видит политика через призму журналистского взгляда... Специфика процесса формирования образа политического лидера современного типа, по нашему глубокому убеждению, состоит в ведущей роли СМИ и активном преобразующем участии субъектов медийного дискурса» [Матвеева, Замская 2012: 330]. Ярким примером сказанного может, на наш взгляд, служить ярлык-прозвище А. А. Громыко в западной прессе, которое нацелено на пробуждение у адресатов СМИ негативных ассоциаций относительно фигуры российского дипломата, — *МИСТЕР НЕТ*.

Регулятивную функцию может выполнять также текстовая категория тональности, и в первую очередь — иронический пафос [Хализев 1999]. Приведем пример, в котором нейтральные номинации (*бай, елбасы*, что в примерном переводе с казахского означает *глава государства*) в контексте приобретают иронический смысл и становятся ярлыками:

*Апа в халате скажет вам любая,
Чабан в чапане пробурчит в усы:
«ВЕЛИКИЙ БАЙ — товарищ Назарбаев,
Он в Казахстане явный ЕЛБАСЫ!»*

Трансформации нейтральных наименований в ярлыки способствует явная пародийность всего текста стихотворения, ср., контекст — отсылку к стихам и песням советского периода:

*В душе казахов гордость шевелится,
Идет дорогой верной Казахстан,
Вновь расцветает славная столица —
Целиноград-Акмолинск-Нурсултан* (ЭГ №12(157), 25.03.2019).

5. ТЕКСТООБРАЗУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ

Текстообразующая функция ярлыков проявляется, прежде всего, в таком компоненте жанровой формы, как структура (композиция) текста. В настоящее время форму ярлыка может иметь как общий заголовок публикации, так и ее внутренние заголовки, способствующие разноаспектной авторизованной характеристике той или политической фигуры.

Ярлыки на уровне заголовков:

- *О ЖИТЕЛЯХ «РУССКОГО АДА»* — о Чурбанове, Брежнев, Зыкиной и Быстрицкой (АН № 31(675), 14-20. 08. 2019).
- *ШОУМЕН у руля революции* — об А. Керенском. (АИФ № 20(1905), 17-23. 05. 2017).
- *ДЕШЕВАЯ ШПИОНКА* — о Г. Старовойтовой. (Экспресс газета № 13(1258), 01. 04. 2019).
- *ГЕТМАН ВОВА* — о В. Зеленском. (МК РРЕ, 1-8. 05. 2019).
- *ЮРИСТ-ЮМОРИСТ* — о В. Зеленском. (АИФ № 21, 2019).

Ярлыки на уровне заголовочного комплекса:

- Заголовок: ПРИКОЛ-МИНИСТР Великобритании (о Борисе Джонсоне).

Внутренний заголовок 1: *Родственник мумии*

Внутренний заголовок 2: *Пьяница и вандал*

Внутренний заголовок 3: *Бегун и велосипедист*

Внутренний заголовок 4: *Невежественный тип*

Внутренний заголовок 5: *Обеспеченный бродяга*

Внутренний заголовок 6: *Поклонник расизма*

Внутренний заголовок 7: *Похотливый самец*

Внутренний заголовок 8: *Любитель фейков*

Внутренний заголовок 9: *Убежденный русофил* (ЭГ № 30 (1275), 29. 07. 2019).

Расположение ярлыков в тексте может быть как контактным, так и дистантным.

Контактное расположение

Явно не затихнут войны,

Крым как был, так будет наш,

Выбирай из трех достойных —

ШУТ, ВОРОВКА и АЛКАШ (ЭГ № 13 (1258), 01. 04. 2019).

Дистантное расположение

Тексты с дистантным расположением ярлыков имеют две основные разновидности.

1. Ярлыки из одной группы раскрывают доминантный ярлык из той же группы (типологию ярлыков см. Сквородников, Копнина 2019), ср., развертывание семантики ярлыка, «навешиваемого на личность»:

Заголовок: *ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЛУЗЕР убежал в Штаты от приставучих красивых девушек*

Текст:

● *Константин Боровой стал ЖИВЫМ ПОЛИТИЧЕСКИМ ТРУПОМ*

● *ЛУЗЕРА и до этого били на разных ток-шоу*
● *А как не дать по морде ИДИОТУ, если тот хвалит эсэсовцев, марширующих по Риге?*

● *Убежище, скорее всего, ему дадут. РУСОФОБОВ американская власть привлекает, но ценит не особенно. Слишком уж много их туда понаехало (ЭГ № 30(1275), 29. 07. 2019).*

2. Ярлыки из одной группы раскрывают доминантный ярлык из другой группы.

Приведем пример, в котором ярлыки из группы, мишенью которой является конкретные политические деятели, раскрывают смысл ярлыка, «навешиваемого на страну»:

Заголовок: *Как процветающая Грузия в НИЩЕБРОДКУ превратилась*

Текст:

Почему грузинам УБЛЮДОК Горбачев позволил жить нормально?

Почему нас КОММУНЯКИ так зачморили?

ВРУН И ПРОВОКАТОР (Анатолий Собчак)

ГНУСНЕЙШИЙ ПРЕДАТЕЛЬ (Э. Шеварнадзе)

ОДНИМ ИЗ ВЕЛИЧАЙШИХ ПОДОНКОВ оказался Эдуард Шеварнадзе (ЭГ № 26 (1271), 01. 07. 2019)

С чем же связано широкое употребление ярлыков в современных СМИ?

Во-первых, это происходит с увеличением доли экспрессии в публицистике, ср., точку зрения А. П. Сквородникова: «Мы является свидетелями нового газетно-публицистического стиля, в котором баланс двух его составляющих — стандарта и экспрессии — явно сдвигается в пользу экспрессивного начала» [Сквородников 2003: 64].

Во-вторых, это является следствием возрастания оценочного начала в современной журналистике, в том числе — в медиатопике «Политика»: «Главное в таких материалах — оценка, и, что особенно интересно, эта оценка всегда носит демонстративно-личностный ха-

ракти. Заметим, что, как правило, это крайне безапелляционная и категоричная оценка, не допускающая никаких сослагательных наклонений» [Николаева 2012: 551].

В-третьих, это следствие глобальной авторизации публицистического дискурса и ее обратной стороны — «чрезмерного субъективизма дискурса» [Платонова Виноградов 1998: 256].

Наконец, в увеличении числа ярлыков прослеживается явная тенденция к дифференциации информационных потребностей массового адресата СМИ. Известный журналист В. Костиков пишет по этому поводу: «Особенность нынешней информационной политики состоит в том, что разным сегментам общества нужны разные дозы информации... Главной причиной размежевания информационных потребностей стало исчезновение искусственно созданного в СССР «монолитного единства советского народа»... И у каждого из вновь возникающих или возвращенных к жизни слоев появляются свои информационные потребности» (АИФ № 34 (2023), 21-27.08. 2019). Не вызывает сомнения тот факт, что разные информационные потребности сопровождаются и разными формами подачи информации. Однако ярлык одинаково подходит и для молодежи, и для старшего поколения. Молодежная аудитория, в связи с широким распространением интернет-коммуникации, легко усваивает свернутые негативно-оценочные формулы, субъективно ограничивающие объем понятий. В свою очередь, ярлыки удобны для восприятия старшего поколения, которое привыкло к категорической форме высказываний и помнит оценочные клише типа «враг народа». Как следствие — прагматическая востребованность ярлыков приводит к тому, что они начинают замещать и тезисы, и аргументы, постепенно меняя традиционный логотип газетного текста.

2.3. Интолерантность в печатных СМИ: текстовые репрезентации

Проявления интолерантности в печатных СМИ (и их электронных версиях) возможны как на уровне заголовочного комплекса, так и в самой ткани текста (подробнее см. в статье Н. Б. Руженцевой «Интолерантность в зеркале СМИ: языковое и текстовое представление, 2020). Заголовочный комплекс с аксиологической точки зрения можно рассматривать как сжатую формулировку идей, толерантных/интолерантных к тому или иному факту, событию, явлению.

В качестве примера возьмем заголовочный комплекс статьи А. Чуйкова об экономической политике в нефтегазовой сфере (АН №45 (689), 20.11.2019).

Этот заголовочный комплекс репрезентирует две точки зрения. Одна из них отражает интолерантность и направлена против действий властных структур в этой сфере. В свою очередь вторая точка зрения репрезентирует мнение адресанта о том, как исправлять существующее положение.

Интолерантность заголовка: *Этот стон у нас «деньги» зовется* (обыгрывание прецедентного феномена — некрасовской строки: *Этот стон у нас песней зовется*).

Интолерантность лида (фрагмент): *Извечный вопрос русского человека: «у кого бы перехватить до зарплаты?»* власть Российской Федерации поставила перпендикулярно народу: *«Как бы никому не дать денег до зарплаты?» И в этом перпендикуляре вся соль глубоких расхождений партии и правительства с его ядреным электоратом. Электорат просит денег, правительство отвечает: «Шии! Их нет, крутитесь сами».* В данном случае автор имитирует диалог народа с властью и использует так называемую шопенгауэровскую иронию посредством подведения предмета под понятие, в остальном ему гетерогенное: *перпендикулярно народу, ядреный электорат.*

В свою очередь, к собственно текстовым средствам репрезентации интолерантности можно отнести целый ряд текстовых форм и способов текстообразования.

1. Развертывание текста с опорой на номинации и атрибуты лица, преимущественно негативно-оценочные, ср., пример подобного развертывания в публикации о сенаторе Камале Харрис от штата Калифорния.

О Камале Харрис:

Бездетная индоафриканка

«Либералка»

Русофобка

Пособница Путина

Она самая подлая, самая ужасная, самая грубая из всех американских сенаторов, — считает Дональд Трамп.

Специфическая баба-президент

О Дж. Байдене:

Расист

«Сонный Джо» (ЭГ № 33 (1330), 17. 08. 2020).

2. Текстобразование посредством развертывания метафоры

Акцентированию интолерантности в значительной степени способствуют метафоры с негативно-оценочным потенциалом (болезни, смерти, войны и др.). «Усиление значимости метафоры в тексте способствует ее использование в условиях максимального «текстового напряжения», в ситуации, когда эта метафора привлекает особое внимание адресата» [Чудинов 2006: 161]. Приведем пример текстобразования посредством развертывания метафоры болезни (шизофрении), актуализирующей неприятие сложившегося в финансовой сфере положения:

Один из клинических признаков шизофрении — это голоса в голове больного. Они требуют — больной делает. Он не отдает отчета, плохо это или хорошо. Он просто выполняет приказ чужого голоса в своей голове. Такой пациент может убить другого или себя. Смирительная рубашка или галоперидол — вот спасение.

Унизительно просить деньги под проценты при полном кошельке своих — это приказ чужого голоса. Отдавать вредному соседу личную курицу, которая несет золотые яйца, — это приказ чужого голоса. Объяснять все это умными словами, которые не имеют никакого отношения к реальности, — это либо болезнь, либо величайший цинизм и ненависть к своей стране и к своему народу. Нужен или галоперидол, или длительный тюремный срок. Нужна полная изоляция от власти и возможности принятия решений (АН № 47 (691), 04. 12. 2019).

3. Контексты самодискредитации

«Один из распространенных приемов косвенной оценки — создание контекстов самодискредитации «фигурантов» описываемой ситуации. Обычно они создаются путем цитирования высказывания какого-либо человека, которые отрицательно характеризуют его личность или деятельность, например, свидетельствуют о его непрофессионализме, грубости, малообразованности, низком уровне коммуникативной компетенции и речевой культуры» [Платонова Виноградов 1998: 262].

- *За что уволили самую высокооплачиваемую чиновницу Минздрава?*

«На вопрос журналиста «Когда заработает закон о телемедицине на практике?» Бойко ответила дословно так: Закон об информационных технологиях здравоохранения, который вбирает в себя все, о чем говорили мои коллеги. Закон — это условие, которое позволяет, разрешает либо диктует определенные правила... Собственно, вся речь замминистра состояла из несвязных фраз и дворового сленга. Я бы сказала, что это не взлетит. Нужно поменять философию сна-

ружьи здравоохранения...» «Ваще, будет мой доклад?» (АИФ № 6, 2020).

- *Может получиться так, как у Горбачева: начать он смог, а вот углубить и закончить — нет (МК РРЕ, 25.12.2019 — 15.01.2020).*

- *Те же люди, которые по факту оставили миллионы людей без пенсии... предложили народу месяцами ЖИТЬ НА ОДНИХ МАКАРОНАХ (отсылка к высказыванию чиновницы о «МАКАРОШКАХ», которыми можно, с ее точки зрения, питаться месяцами (АН № 45 (689), 20. 11. 2019).*

4. Ирония

Приведем пример иронического высказывания, «вызывающего негативно-оценочное отношение к объекту иронии и активизирующей критическое мышление адресата» [Руженцева, Шустрова, Ворошилова 2015: 17]:

- *Подобной драматургии удалось добиться разве что писателю Александру Солженицыну, который в 1994 г. возвращался в Москву на поезде из Владивостока через всю страну: изрекая, проповедуя и осеняя. А в Кремле судорожно прикидывали: он хочет лишь стать новым Достоевским или таки претендует на влияние Распутина (АН № 41 (685), 23. 10. 2019). (подробнее о феномене иронии см. в разделе 2.4.).*

5. Прецедентные феномены — отсылки к российской и мировой культуре и истории

Ирония, лежащая в основе интолерантности, часто базируется на прецедентности, и это позволяет говорить о связи современных СМИ с постмодернистской парадигмой художественности, ср., текстообразование в иронической тональности с опорой на целый ряд прецедентных феноменов, восходящих к русской и мировой литературе:

- *Фундаментальная наука должна быть сосредоточена в российских вузах, но не в РАН и ее институтах. Именно это и является одной из целей реформирования науки в России.*

Зачем? Почему? Какова цель? Нет ответа. Главное — внедрить, впахнуть, впендюрить, чтобы всё как у них. В человеке все должно быть иностранным: и костюмы, и гражданство, и школы для детей, ну и мысли, конечно...

Все остальное, особенно советское, должно кануть в историю, немеркантильный Карфаген должен быть разрушен! Очень напоминает образ мышления большевиков, которые сто лет назад «котов душили, душили». Только с противоположным знаком: там — бедный пролетариат, объединяйся, чтобы выжить, здесь и сейчас — миллиардеры всей страны, в одну кучу гоп! Те, у кого нет миллиарда, пусть

идут лесом. Это пароль, это дресс-код нынешней российской «элиты». Она не продавалась потенциальному противнику, она его возлюбила и с наслаждением отдалась посреди главного проспекта. Так же сотворила кумира и российская высшая чиновная рать: сама стала для России не потенциальным противником, а открытым врагом (АН № 41 (685), 23. 10. 2019).

- Владимир Путин четко сформулировал одну из задач своего нынешнего срока. Россия должна ворваться в пятерку самых научно-продвинутых стран мира. Вливаются деньги, строятся синхрофазотроны, министры вещают, бегают десятки тысяч курьеров с озабоченным видом. Все при деле. Но реальных результатов нет. И, скорее всего, не будет. Ну разве только в отчетах на бумаге, которая все стерпит. Проблема в том, что телегу, то есть науку, поставили впереди лошади — экономики! И с умным видом рассуждают: «почему она не едет?» и бьют кнутом по «кротким глазам» (Там же).

- В современном мире налоги, которые «неизбежны, как смерть», определяют всю структуру экономики. Они — как волшебная палочка Гарри Поттера. Махнул в одну сторону: «Остолбеней!» — и вся экономика или ее отдельные сектора остолбенели. Махнул в другую: «Отомри!» — и пошли колесики крутиться. Правительственные Волан-де-Морты «остолбеней!» командуют всему, что может составить конкуренцию мировым грандам глобального рынка. Кроме, естественно, углеводородного сырья (АН № 1 (695), 15. 01. 2020).

- Кому из нынешних уважаемых людей захочется вспоминать про «бабушку из Мариуполя» или «дядю Джона из Техаса», которые от широты душевной подарили тогда красному директору парутройку сотен миллионов долларов под липовый договор. Да и про договор, который лежит где-то в сейфе на Манхэттене, лучше никому не говорить. Так что никакой ты не член банды Форбс, а просто очень дорогой зиц-председатель Фунт, который «всегда сидел». И не надо конспирологии — это просто бизнес, детка (АН № 47 (691), 04. 12. 2019).

6. Специфический синтаксис (повышенная степень диалогизации монолога, обращенность к адресату и другие средства полемики)

Интолерантность к тому, о чем в тексте идет речь, может усиливаться диалогической формой рассуждения. Следует отметить, что некоторые фрагменты гаезтного текста представляют собой не столько диалогизированный монолог, сколько полилог — «разговор, в котором участвует несколько человек и разворачивается несколько тем» [Солганик 1996: 128]. Таким способом автор может обсуждать одновременно целый ряд фактов, предполагающих негативную оценку:

- *Когда министр здравоохранения будет лепетать о том, что у нас нет денег на лекарства для умирающих детей, спросите ее о 12 триллионах. Когда социолог, отвечающий за промышленность, будет хрипеть, что у нас нет денег построить свои самолеты, поэтому мы будем кормить американский «Боинг», напомните ему о 12 триллионах. Когда весь кабинет министров знает, где «лежат» эти 12 триллионов и каждый год зажимивает глаза, когда как свое великое достижение они увеличивают МРОТ, на который только выживать, на 50 рублей, то кому служат все эти люди? России? Скорее всего, это враги если не всего рода человеческого, то российских граждан точно!* (АН № 1 (695) 15. 01, 2020).

7. Пародирование как прием текстообразования

Пародия как вид сатирического произведения интолерантна по определению: «Основное ее средство — ироническое подражание осмеиваемому образцу, передача в гиперболизированном, шаржированном виде свойственных ему характерных черт, доведение их до абсурда, нелепости, чем и достигается сатирико-комический эффект» [Словарь литературоведческих терминов 1974], ср. пародирование речевого жанра обращения:

- *А Эрдоган так и вовсе отчитал президента Франции Эммануэля Макрона за его слова о «смерти мозга НАТО». Фраза турецкого президента даже стала в некотором смысле крылатой: «Уважаемый Макрон, ты сначала собственный мозг проверь, потому что такие заявления подходят только тем, у кого, как у тебя, мозг умер!»* (АН № 48 (692), 01. 12. 2019).

8. Неопределенность высказывания:

Если продадут даже за триллион, который немедленно засунут в какой-нибудь фонд чье-нибудь благосостояния, то доход бюджета в последующие годы будет неминуемо падать (АН № 47 (691), 04. 12. 2019).

9. Дискретность подачи информации, уход от линейного текста, обеспечивающие многоголосие (несколько речевых партий), разный эмоциональный настрой и — главное! — внутреннюю полемичность текста (один из голосов в большинстве случаев является носителем негативной оценки):

- *Что еще? ах, да — запись в основном законе о социальном государстве и недрах на благо народа. Но какая, к лешему, конституция, когда на кону триллионы даже не рублей, а родной для российских чиновников американской валюты?!* (АН № 45 (689), 20. 11. 2019).

10. Конвергенция средств негативной оценки

С нашей точки зрения, одним из основных приемов формирования интолерантности, является именно конвергенция — «схождение в одном месте пучка стилистических приемов, участвующих в одной стилистической функции» [Арнольд 1981: 62], ср., конвергенцию средств создания иронического эффекта в пародийном высказывании:

● *Всемирноученый профессор ВШЭ Г. Ч. Гусейнов, как истинный европеец и вообще человек мира, не мог оставаться на обочине европейского шляха и также изобличил мову попсы та блатняка, поименовав ее клоачной. Вообще говоря, профессор уже много лет за малую мзду рассказывает на Радио Франс интернасьональ, как ему не нравятся неправильные (клоачные) русские и неправильная (клоачная) Россия, и к этому вроде бы привыкли, да и аудитория РФИ не очень велика. Но никогда не знаешь, где поскользнешься, и 257-е стереотипное обличение вдруг вызвало совсем не стереотипное «Брр, гав- гав — гав! Досталось и профессору, и его коллегам, и самой кузнице и здравнице, где профессор сеет разумное, доброе, вечное» (КП 12. 11. 2019).*

Таким образом, тексты современных СМИ широко отражают интолерантность их авторов относительно того, о чем идет речь: будь то лицо, группа лиц, событие, факт, социальное явление и т.д. Представленный материал отражает далеко не полный репертуар проявлений интолерантности, поэтому мы коснемся их и в последующих разделах монографии.

2.4. Ирония как средство трансляции интолерантности: возможности комплексного исследования (на материале «Недельки» с Дмитрием Поповым)

Методология и методы исследований медиатекста предполагают изучение текстов СМИ в разных научных парадигмах: когнитивно-дискурсивной, лингвопрагматической, риторической, лингво- и медиастилистической, психо- и социолингвистической, аксиологической, лингвокультурологической и др. «Среди наиболее эффективных и распространенных методов изучения медиатекстов группа методов лингвистического анализа... Эти методы позволяют выявить закономерности организации каждого уровня медиатекста, устойчивую сочетаемость единиц, характерную для разных жанров и медиатопиков, особенности различных тропов и стилистических приемов с точки зрения реализации общей коммуникативной перспективы медиатекста» [Ма-

льшева, Рогалева 2017: 82-83]. Однако современный медиатекст отличается очень высокой сложностью организации и испытывает как «давление дискурса» (или его формата), так и влияние экстрадискурсивных факторов на текстообразование. С нашей точки зрения, изолированное исследование воздействующего эффекта современного медиатекста на каком-то одном уровне организации текстового материала или в рамках одной научной парадигмы дает, как минимум, неполный результат. В этой связи попытаемся продемонстрировать потенциальные возможности использования комплексной методологической базы для анализа феномена иронии в индивидуальном дискурсе автора — обозревателя газеты «Московский комсомолец. РРЕ» Дмитрия Попова. Для анализа были взяты тексты еженедельной авторской колонки «Неделька» с Дмитрием Поповым» за 2019-2021 год, которая представляет собой обзор (обозрение) важнейших событий за прошедшую неделю (подробнее см. в статье Н. Б. Руженцевой «Ирония в «Недельке» с Дмитрием Поповым»: возможности комплексного исследования текста», 2021)

Немного остановимся на принятой трактовке феномена иронии как способа трансляции интолерантности к той или иной информации.

С одной стороны, под иронией мы понимаем смысл, скрытый за несоответствующей формой, ср., трактовку А. Шопенгауэра: «... источник смешного — несовпадение мыслимого и созерцаемого» [Цит. по: Зарецкая 1998: 408].

С другой стороны, вслед за О. П. Ермаковой и С. В. Ляпун мы дифференцируем иронию и такую форму комического, как юмор, по доминирующей цели: «В шутке это юмор, развлечение, в иронии — насмешка» [Ляпун 2009: 188]. «Главная цель иронии, в отличие от шутки — не вызвать смех, а вызвать отношение к объекту иронии» [Ермакова [http](#)].

Со своей стороны мы считаем, что в совокупности обозрений Дм. Попова превалирует именно ирония, соотносимая с насмешкой и активизирующие интолерантность адресата текста к описываемым фактам, событиям или явлениям.

Перейдем к комплексным возможностям анализа иронии, предоставляемым синкретичной методологической базой.

1. Жанровый анализ

Материал цикла публикаций, написанных в одном жанре, позволяет сделать жанровый анализ той или публицистической формы и соотнести запланированный автором эффект с тем или иным компонентом жанровой модели. Анализ цикла обозрений Дм. Попова позво-

ляет утверждать, что иронический эффект достигается в этом жанре посредством субъектной и речевой организации текста (авторских комментариев, оценок и выводов о наиболее значительных событиях, произошедших за определенный период в стране, регионе, области и т.д.), ср., иронический вывод Дм. Попова:

Мы сами в 90-е начинали такой поворот. Когда пустовали цеха, ржавели самолеты, зарастали лебедой поля, рабочие спивались, ученики уезжали, а девочки выходили на панель... И если бы не пришел Путин (можете сколько угодно плакаться, но это уже исторический факт) — была бы сейчас Россия огромной-огромной Литвой. Нищей, тихой, печальной и безропотной. А хорошей работой для русских мужиков считалась бы чистка канализации где-нибудь в пригороде Берлина (МК. РРЕ, 19-26. 08. 2020).

2. Лингвопрагматический анализ

Этот вид анализа базируется на трактовке прагматики как широко понятого субъектно-адресатного взаимодействия и соотносим с субъектной организацией текста. Обозрения Дм. Попова имеют одного адресата — массового, недифференцированного читателя МК, но трех авторов: коллективного, реального (того, кто произносит и порождает высказывание, т.е. биографического Дм. Попова) и «принципиала — того, чья позиция выражена в высказывании» [Гофман 1980]. Таким принципиалом часто является так называемый «глубинный народ», ср., его представление в рамках «легкой иронии» [Шилихина 2014]:

Все-таки лучшие политологи — это глубинный народ. Народ, который умеет за деревьями видеть лес. Впрочем, иногда стоит и сузить сознание, чтобы о корягу не запнуться. Например, можно новости прошлой недели поближе поразглядывать (МК. РРЕ, 20.01-05.02.2020).

3. Содержательно-тематический анализ обозрений

Содержательно-тематический анализ текста многоаспектен. Он предполагает, например, исследование медиатопиков через систему заголовков в цикле публикаций или посредством контент-анализа ключевых слов. Приведем ряд заголовков политико-экономических обозрений, в которых иронический эффект достигается намеренным нарушением лексической сочетаемости слов или деформацией фразем:

Попадание в рай закрепят в конституции

Конституция по моде

Жги, Господь!

Постсоветская путаница

По Марку и Ленину

Содержательный анализ может включать и характеристику слов-ярлыков, достаточно часто используемых Дм. Поповым для создания иронического эффекта, ср.:

- *Нельзя не отдать должное — Путин взялся и за ЖИРНЫХ КОТОВ... Но самое интересное, как он прицелил хвост другим КОТАМ, не желающим делиться наворованной сметанкой* (МК. РРЕ, 01-08. 04 2008).

Иронический эффект может быть также достигнут окказиональными или малоупотребительными словами:

- *Почетное звание «ИХТАМНЕТ» в среду было присвоено российским олигархам* (МК. РРЕ, 17-24. 05. 2020).

4. Медиастилистический анализ

Современные исследователи рассматривают медиастилистику как часть медиалингвистики — самостоятельного направления в современном языкознании [см., например. Добросклонская 2008]. С точки зрения О. Б. Сиротининой, медиастилистика изучает речь СМИ в аспектах:

- «1) их типичности для публицистического стиля;
- 2) включения с какой-либо целью сигналов разговорности;
- 3) употребления нелитературных элементов как лексики, так и морфологии, синтаксиса» [Сиротинина 2015: 17-22].

В свою очередь, материал «Недельки с Дм. Поповым» включает большое количество сигналов разговорности, используемых именно для создания иронического эффекта, ср. фрагменты, дающие возможность исследования просторечья и даже грубого просторечья в авторском комментарии ситуации:

- *Граждане попроще, видимо, решив, что к бедняком зараза не пристаёт, на выходные устроили практически акцию протеста — массово отправились в парки БУХАТЬ и жарить шашлыки. Можно понять логику рассуждений: чего это из-за всяких куршевельских (непечатное слово) простые люди страдать должны, последней радости лишиться? Кстати, ответ на этот вопрос еще Карл Маркс дал. ХРЕН ЧЕГО изменилось с тех пор* (МК. РРЕ, 01-08.04. 2020).

- *Даже Путин ничего сделать с этим не может — есть класс эксплуататоров, а есть мы с вами. Президент объявил каникулы, но с сохранением заработной платы. «АГА, ИШЬ ЧЕГО ЗАХОТЕЛ», — ответили законы капитализма* (Там же).

Интересным приемом создания иронического эффекта является введение в авторскую речь метаоператоров, репертуар которых, несмотря на несомненное тяготение к семантическому полю «слово»

[Садова 2019, Вепрева 2005], неуклонно расширяется за счет просторечных единиц, ср.:

Где больше всего заболевших в Подмоскowie? Ровно там, где кучкуются поместья хозяев. Да и по регионам, если посмотреть, не тракторист Иван обычно заболевшим оказывается, а чиновник какой-нибудь или, ПРОСТИ ГОСПОДИ, гражданский активист (Там же).

5. Риторический анализ

Риторика как наука о речевом воздействии предполагает использование средств доказательства и убеждения для того, чтобы мнение автора в максимальной степени становилось достоянием адресата. Основным риторическим средством является тезисно-аргументативная структура текста, его логограф. В связи с этим можно утверждать, что авторская ирония в обозрениях Дм. Попова часто находится в плоскости доказательства или опровержения тезиса, ср.: опровержение предположения о причине болезни Навального:

Алексей Навальный, слава Богу, вышел из комы и был предъявлен миру. Заодно была предъявлена бутылочка из-под воды, на которой ЯКОБЫ нашли следы яда. Нельзя не согласиться с пресс-секретарем Путина — количество абсурда в этом деле зашкаливает. Но это Пескову положено вежливо выражаться. А ПО СУТИ-ТО ЗАШКАЛИВАЕТ КОЛИЧЕСТВО ВРАНЬЯ. СО ВСЕХ СТОРОН (МК. РРЕ, 23-30.09. 2020).

Ирония у Дм. Попова может базироваться на демонстрации абсурдности, алогичности происходящего или информационных противоречий, ср.:

• *Впрочем, хватит о грустном. Вот 19 января знаменитый на весь мир Тульский оружейный завод вновь объявил себя «Императорским». Но от советских наград не отказался. И теперь он, получается, — Императорский ордена Ленина и ордена Трудового Красного Знамени Тульский оружейный завод. Что угодно можно ожидать от этого мира. Что угодно. Хоть аквадисотеку в январе, где крутит свои диски пулеметчик Ганс (МК. РРЕ, 27.01.- 02.02. 2021).*

6. Когнитивно-дискурсивный анализ

Материал «Недельки с Дм. Поповым» дает возможность осуществления основных видов когнитивно-дискурсивного анализа с целью выявления и обобщения способов достижения иронического эффекта. Это: а) анализ когнитивной метафоры и метафорических моделей [Чудинов 2012]; б) анализ прецедентных феноменов [Нахимова 2011]; в) анализ языковой объективизации концептов в тексте [Малышева 2011]. Со своей стороны ирония может быть выявлена посредством любого из этих видов анализа.

Так, иронический эффект достигнут в обозрении «Подводная лодка Путина» путем развертывания метафоры «*ахинея — покровительница российских чиновников*»:

Некоторые думают, что АХИНЕЯ — это вздор, чепуха. На самом деле АХИНЕЯ — это, как указывают авторитетные интернет-источники, древнегреческая богиня, покровительница российских чиновников. На прошедшей неделе Владимир Путин обнаружил АХИНЕЮ на телевидении, в дорожном строительстве и даже в головах отдельных граждан (МК. РРЕ, 04-11.12 2019).

В свою очередь, тексты «Недельки с Дм. Поповым» включают и множество прецедентных феноменов, обеспечивающих интертекстуальность медиатекста и иронический эффект, ср., например, обыгрывание готовых или намеренно деформированных фразем как разновидности прецедентных феноменов:

- **ВЫБРАСЫВАЙТЕ ГРАБЛИ**

В России стоит ЗАПРЕТИТЬ ГРАБЛИ. Вот казалось бы: возьми, добрый русский человек, грабли, собери себе короб опавших листьев, наслаждайся. Нет. Надо НА ГРАБЛИ НАСТУПАТЬ, да так, чтобы до слез, чтобы искры из глаз. Дать себе зарок больше не наступать. А потом снова — хрясь! И снова, и снова. (МК. РРЕ, 11-18.03. 2020).

Иронический пафос в текстах Дм. Попова может создаваться и иными видами прецедентных феноменов, к примеру — цитированием, обыгрыванием известных лозунгов или стилизацией фольклорных мотивов, ср.:

- «ГДЕ ДЕНЬГИ, ЗИН?» и другие любимые фокусы (МК. РРЕ, 17-23. 02. 2021).

- *Был когда-то ВПЕРЕДИ ЮНЬИЙ ОКТЯБРЬ, НЕГАСИМЫЙ АПРЕЛЬ, а остался только липкий и душный июль* (МК. РРЕ, 08-15. 07. 2020).

- *ЗА ВЕРУ, ЦАРЯ И ОТЕЧЕСТВО!* Если продолжать теми темпами, которыми на прошедшей неделе рожали идеи для нашей Конституции, эта формула в нее точно войдет. Не так явно, но все же. Хотя нам, по большому счету, все равно. «СВОБОДА, РАВЕНСТВО, БРАТСТВО» или «ПРАВОСЛАВИЕ, САМОДЕРЖАВИЕ, НАРОДНОСТЬ». Мы, как бегущий за солнышком слепой Ивашка, просто ориентируемся на тепло (МК. РРЕ, 05-12.02. 2020).

Наконец, корпус текстов Дм. Попова позволяет успешно использовать для анализа концептов разработанную Е. Г. Малышевой «методику составления и описания формально-функционального тезауруса лексических репрезентантов, «посредством которых вербализуется в том или ином типе дискурса его доминанта» [Малышева, Рога-

лева 2011: 95]. Так, например, лексическим репрезентантом концепта «Поражение»/«Неудача» (одной из доминант экономического и технологического форматов дискурсов) можно считать выражение «технический сбой», ср.:

Началась неделя с «ТЕХНИЧЕСКОГО СБОЯ». «ТЕХНИЧЕСКИЙ СБОЙ» — это теперь почти универсальное обозначение для любого косяка. 146% — ТЕХНИЧЕСКИЙ СБОЙ, банк детские пособия за долги списал — ТЕХНИЧЕСКИЙ СБОЙ, камеры в районе ДТП с чиновником не работали — ТЕХНИЧЕСКИЙ СБОЙ, комментарии от возмущенных граждан не высвечиваются, а положительные публикуются — ТЕХНИЧЕСКИЙ СБОЙ. Он очень хитро устроен, этот ТЕХНИЧЕСКИЙ СБОЙ в одни ворота. Вот вы помните такое, чтобы вам деньги раньше срока из-за ТЕХНИЧЕСКОГО СБОЯ выплатили? То-то же (МК. РРЕ, 17-24.07. 2020).

Кроме указанных выше, анализ иронии в текстах СМИ возможен посредством иных методов и методик. Это, например, исследование возможностей текстообразования (диалогизации монолога, потенциала текстовых категорий, контекстов дискредитации и др.) для создания иронического эффекта, ср.:

- **ДИАЛОГИЗИРОВАННЫЙ МОНОЛОГ:**

С другой стороны, ЭТО ЖЕ ЛУЧШЕ, ЧЕМ ТАК, КАК В АМЕРИКЕ? НУ ГДЕ ЖЕ ЭТО ВИДАНО, чтобы у русских уже вторую неделю сердце кровью обливалось за американскую армию и полицию? А ведь екает что-то, когда смотришь, как их ставят на колени (МК. РРЕ, 17-24.07. 2020).

- **КАТЕГОРИЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ:**

Теперь у нас на дворе ТО ЛИ «рывок-2024», ТО ЛИ «прорыв-2030), триллионы рублей на это... (МК. РРЕ, 11-18. 12. 2019).

- **КОНТЕКСТ ДИСКРЕДИТАЦИИ** (цитирование высказывания политика в ироническом ключе):

Большинство наверняка не подозревают даже, что в Правительстве России есть такой вице-премьер — Константин Чуйченко. А ведь именно он сказал главную фразу недели, которая объясняет все: Стратегию -2020 и прочие майские указы, национальные цели и проекты... Чуйченко пояснил: «БЫЛО БЫ ГОРАЗДО ХУЖЕ, ЕСЛИ БЫ БЫСТРО ОСВОИЛИ, НИЧЕГО НЕ ПОСТРОИЛИ, А ДЕНЬГИ УКРАЛИ» (МК. РРЕ, 11-18 декабря 2019).

Таким образом, совокупность обзоров Дм. Попова позволяет использовать множественную методологическую базу для анализа иронии как средства репрезентации интолерантности. В целом, материал разделов 2.1 — 2.4 позволяет утверждать, что для исследования

феномена интолерантности в публицистическом тексте может иметь значение:

- учет специфики формата СМИ — «совокупности параметров, элементов, составляющих контент и определяющих особенности его подачи» [Лашук 2016];

- учет жанра текста как элемента публицистического дискурса и специфики жанровой модели;

- использование в качестве материалов не изолированного, единичного текста, а достаточно объемного моножанрового фрагмента индивидуального или коллективного дискурса (совокупности текстов, развернутых во времени);

- использование комплексного (с опорой на различную методологию анализа) подхода к исследованию сообщения;

- учет идиостилевой специфики журналистского текста (особенностей авторизации дискурса и его субъективизации).

Сказанное позволяет, как мы считаем, получить объективные данные не только о феномене интолерантности, но и о стилистических, жанровых, аксиологических, прагматических, когнитивных особенностях современного журналистского текста в печатных СМИ и в их электронных версиях.

2.5. Стиль гранж как разновидность языка массовой коммуникации

Обращение к стилю гранж обусловлено необходимостью изучения стилового многообразия современного масс-медийного пространства, и прежде всего тем, что «массовая коммуникация меняет отношение к функциональным стилям. Они рассматриваются не как замкнутые системы языковых средств, но как открытые источники для формирования особого языка — языка массовой коммуникации» [Солганик 2012: 12-13]. Необходимость дифференцированного стилистического описания языка массовой коммуникации отмечает целый ряд исследователей, ср., например, мнение Т. Г. Добросклонской: «Все более склоняясь к тому, что язык массовой коммуникации следует рассматривать как самостоятельное стилистическое явление, исследователи вместе с тем отмечают недостаточную разработанность проблем, связанных с его внутренней функционально-стилевой дифференциацией» [Добросклонская 2008: 39]. К одной из стилистических разновидностей языка массовой коммуникации относится, с нашей точки зрения, и стиль гранж (подробнее о стиле гранж см. в статье Н. Б. Руженцевой «Стиль гранжа в контексте печатных СМИ», 2023).

Попытаемся выделить основные признаки стиля гранж на материале публикаций «Экспресс газеты», наглядно иллюстрирующих как «расширение фигуральных возможностей» языка СМИ [Сковородников 2003], так и его стилистическую дифференциацию. Предварительно заметим, что стилевая манера «Экспресс — газеты» соотносится с «газетно-журнальной речью, ориентированной на идеологию речевого поведения, сложившуюся в сфере разговорной речи» [Коньков 2007: 59]. Иллюстративный материал, используемый в данной статье, взят нами из ряда номеров ЭГ: № 9 (1410), 28.02.2022/ № 41 (1442), 10.10.2022/ № 43 (1444), 24.10.2022/№8(1461), 20.02.2023/ № 16 (113), 12. 2022 и № 15(128) 25.09. 2023-спецвыпуски.

Признаки стиля гранж можно, с нашей точки зрения, рассматривать лишь на фоне нейтрального стиля, «на котором другие стили воспринимаются как маркированные» [Басовская 2005: 50]. Ведущая стилообразующая черта произведений в стиле гранж детерминирована стремлением автора УЙТИ ОТ ТРИВИАЛЬНОСТИ ТЕКСТА ПОСРЕДСТВОМ «ИГРЫ НА ПОНИЖЕНИЕ» по отношению к тому, о ком/чем идет речь.

С нашей точки зрения, «Экспресс газету» можно считать изданием в стиле гранж — стремление редакционного коллектива уйти от тривиальности прослеживается уже на первой полосе газеты, ср., анонсирование тематики публикаций в спецвыпуске:

ЭКСПРЕСС-ГАЗЕТА *квартальный спецвыпуск*

У любовницы Долинского поселился подозрительный грузин

Принцесса знала, что Чарльз собрался ее ликвидировать

Леди Диане в морге вырезали матку

Последняя жена Краско сгорела за неделю

Перед чередой запоев Гришечкина бросила невеста

А лучший ученик жестоко избил (ЭГ № 15 (128), 25. 09. 2023)

Основными признаками стиля гранж В. Г. Костомаров считает огрубение языка, провокационный характер и эротизацию речи», но главное — «бурное изобретательство...стремление к свежей выразительности, к обновлению во что бы то ни стало... Это действие обнаруживается на всех ярусах и уровнях, особенно сильно в словообразовании и фразообразовании, в семантических сдвигах и перестройках и, что бросается в глаза ярче остального, в заимствованиях — внутренних (из просторечья, жаргонов, диалектов) и внешних (преимущественно из американского варианта английского языка)» [Костомаров 1999: 41-42].

С нашей точки зрения, в настоящее время проявления стиля гранж в публицистическом тексте можно с уверенностью дифференцировать на тематико-информационные и речевые.

Попытаемся проиллюстрировать сказанное на материале публикаций указанных номеров ЭГ, используя материал, соотносимый не только с медиатопиками «Политика», но и с медиатопиками «Светская жизнь», «Культура», «Шоу-бизнес», «Криминал».

1. ТЕМАТИКО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ

(так называемый «шоковый» или «провокативный» контент), отличающийся рядом признаков

Интерес к таким темам, как криминал, смерть, трагедии, болезни, мистика, ужасы, секс, вредные привычки, физиологические отравления, скандалы:

- *(Они) стали жертвами кровожадной банды, охотящейся за обеспеченными одинокими пенсионерами: ОДНА ПОЛУЧИЛА 24 НОЖЕВЫХ РАНЕНИЯ, ДРУГОЙ ПЕРЕРЕЗАЛИ ГОРЛО.*

- *Обезумевшая подруга СЛОМАЛА Прокловой КОПЧИК и ТЫКАЛА В ГЛАЗ ИГОЛКОЙ.*

- *Звезду фильма «Странная женщина» погубило «ПРОКЛЯТИЕ АНДРЕЯ МИРОНОВА»*

- *Диагноз «Норд-Ост»: 20 лет ТРАГЕДИИ на Дубровке*

- *СКАНДАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ, закончившаяся тюремным сроком Баскина, обвиненного в распространении всяких непристойностей, наделала много шума среди творческой интеллигенции Эстонии 1960-х годов.*

- *Детство будущей звезды было омрачено СТРАШНОЙ ТРАГЕДИЕЙ. Когда Тото исполнилось пять лет, на его глазах умерла старшая сестра Анна. Девочка подавилась итальянской пастой ньокки (что-то вроде клецок) и задохнулась.*

- *Когда актер примчался в квартиру, Наташа не открывала. Пришлось вызвать МЧС. Их взору предстала СТРАШНАЯ КАРТИНА: безумная женщина и ее мертвый уже много дней сын, — поведала Белан. — Как установила экспертиза, Егор скончался внезапно от разрыва сердца и пролежал в своей комнате на кровати две недели! Наташу определили в хорошую психиатрическую больницу, но никто не мог облегчить ее страдания — тяжелая форма шизофрении на фоне сильнейшего стресса.*

- *Десять лет назад, в ночь на 10 марта 2012 года, Ирина Пороховщикова приняла самое СТРАШНОЕ РЕШЕНИЕ в жизни. На ме-*

сте трагедии в доме в Староконюшенном переулке, 36 нашли записку: «Жить без Саши не могу и не буду. Я люблю Сашу и буду только с ним. Ирина Пороховщикова».

Указанная тематика характерна уже для заголовков в ЭГ:

ПЬЯНЫЕ ЗАГУЛЫ ГОГЕНА СОЛНЦЕВА

ПИ-ПИ СТОП для динозавра

Траектория ПОЛЕТА ФЕКАЛИЙ ПИНГВИНА

Интерес к фактам, выходящим за рамки общепринятых представлений об окружающей реальности:

- *Принцессу убила «СЕМЕЙКА ДРАКУЛЫ»?!*
- *«После смерти ПОВЕЗУТ НА ГАСТРОЛИ В ГРОБУ»*
- *Соседи слышат ЗВУКИ СКРИПКИ из особняка, в котором покончила с собой жена актера.*
- *ДОБРОВОЛЬНО В ТЮРЬМУ. Западная тюрьма Цюриха хочет гарантировать экаму счастливую отсидку. Швейцарцев это лишь раззадорило: конкурс претендентов составил три человека на место.*
- *7 августа на Университетском проспекте в Москве ОБНАРУЖИЛИ МУМИЮ ПОЖИЛОЙ ЖЕНЩИНЫ.*
- *В юности всемирно известный писатель КРУТИЛ РОМАН С ОДНРУКОЙ ПРОСТИТУТКОЙ.*
- *Максим Траньков ЖЕНУ Татьяну Волосожар на свадьбу Климова и Тарасовой ПРИНЕС В КАРМАНЕ.*

Внимание к подтексту (интриге, намекам на тайну, на что-то необычное):

- *СТРАННАЯ СМЕРТЬ сына бывшего короля Испании*
- *СКРЫТЫЙ ПОРОК Ирины Мирошниченко*
- *Никита Михалков ИСЧЕЗ после 39 часов под наркозом*
- *Ирка всю жизнь была заложницей ЖУТКОГО ДОМА, ИЗЪЕДЕННОГО ЧУМОЙ, БОЛЕЗНЬЮ, БЕЗУМИЕМ. Раскручивается тема ее «ЖУТКОЙ ДЕПРЕССИИ», которая привела ее к самоубийству... И НИКТО НЕ СКАЖЕТ ПРАВДЫ.*

Парадоксальные высказывания, в том числе — в цитатах, помещение слов в несвойственный контекст:

- *Перед просмотром Петров обратился со сцены к зрителям.*
— Там, конечно же, есть пикантные сцены. Поэтому весь зал прошу: не надо так ГРОМКО СМОТРЕТЬ! Смейтесь, реагируйте — это все живое. И не надо ГРОМКО СМОТРЕТЬ на Стасю.

● **ФИЛИМОНКА — 2021**

Самая объективная премия в области шоу-бизнеса

– «ЛАПША НА УШИ»

за лучшее вранье

– «ЩЕДРАЯ ДУША»

за лучший скандал из-за денег

– «МАСТЕРСТВО НЕ ПРОПЬЕШЬ»

за лучший алкогольно-наркотический скандал

– «ЛОВКОСТЬ РУК»

за лучшее рукоприкладство

– «ОПАСНЫЕ СВЯЗИ»

За лучший секс-скандал

● *«Когда у Сержа появились слава, деньги, популярность, для остроты ощущений НЕ ХВАТАЛО ОДНОГО: СОВЕРШИТЬ ПРЕСТУПЛЕНИЕ», — вспоминала актриса.*

● *Русско-японская война. БРОНЕНОСЕЦ В КАРМАНЕ.*

● *В третьем браке она обрела счастье со скульптором... ГЛАВНАЯ ЕГО МУЗА — ТАБУРЕТКА, КОТОРУЮ ОН ПИШЕТ ВО ВСЕХ РАКУРСАХ.*

Использование жанров, которые могут быть приспособлены к передаче нетривиального содержания (приведем лишь несколько из них):

1. Кроссворд: *Представитель королевской династии Виндзор, воплотивший все отрицательные черты гадкой семейки. Он продавал тридорога особняки сомнительным казахским баям и был уличен в изнасиловании несовершеннолетней. Королева Елизавета II лишила своего любимчика громкого титула и воинских связей.*

2. Расследование, разоблачение:

Певицу разоблачил ее бывший директор, которого она заменила геем-парикмахером и грозилась засадить в тюрьму.

3. Короткая заметка, мягкая новость:

ЗАГОЛОВОК: *Мазепину отрезали голову*

ПОДПИСЬ ПОД ФОТОГРАФИЕЙ, *поясняющая заголовок:*

Топорная работа: на плакате британцы приделали к телу Никиты Мазепина голову Кевина Магнуссена.

Недоверенность информации, ее вероятностный характер, домысливания:

● *Дочь Любви...Татьяна, ПО МНЕНИЮ КОЛЛЕГИ, лишилась зубов из-за употребления запрещенных веществ.*

- *«И почему Андерсен назвал его гадким утенком?» — ВЕРОЯТНО, подумалось тогда бабе Лизе (Елизавете II).*

- *Спорт — это не только сила, зрелищность и красота, но и, разумеется, большая политика. В уходящем году мы окончательно убедились: честного соперничества не существует... СКАЖИ ОБ ЭТОМ 90 ЛЕТ НАЗАД ПЬЕРУ ДЕ КУБЕРТЕНУ, БЛАГОРОДНЫЙ БАРОН ЛИБО ПУСТИЛ БЫ СЕБЕ ПУЛЮ В РОТ, ЛИБО СВЕРНУЛ БЫ ВСЮ ЭТУ МОКОВСКУЮ ЛАВОЧКУ К ЧЕРТОВОЙ МАТЕРИ.*

Конвергенция негативно-оценочных фактов и мнений:

- **ЖЕРТВОВАТЬ МЯСОМ И КРОВЬЮ**

В 1990-е, когда на нас полилась МЕРЗКАЯ ГРЯЗЬ об исторических личностях, один журнал выдал «сенсацию»: дескать, Василий Верещагин был ПСИХ И НЕКРОФИЛ. Так уж смакует ужасы, тщательно выписывая КРОВАВЫЕ ДЕТАЛИ. Рвется на войну, в пекло, будто ищет смерти...

— Нельзя обществу дать картины настоящей войны, глядя на битву в бинокль... Не страшиться ЖЕРТВОВАТЬ своим МЯСОМ И КРОВЬЮ, иначе картины будут не то, — отвечал художник таким же непонятливым современникам».

2. РЕЧЕВЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ

Займствования (не только из английского, но и из иных языков) и производные от заимствованных слов:

- *Разумеется, все это под давлением кровавого КЭЙДЖИБЕРА (кагэбэшника, если по-нашему) Шипова...*

- *Все это под бодрые киношлягеры в исполнении Клавы Коки, Анны Асти, Хабиба и других ФРЕШМЕНОВ.*

- *Он оказался СКАМЕРОМ и убедил ее залезть в долги и перевести ему 2 миллиона рублей.*

- *Сериал «С нуля» мог бы оказаться проходной и унылой мелодрамой про то, как танцуют девчонки и СЛЭМЯТСЯ (модное словечко из песен братцев Гаязовых означает «толкаться на танцполе») пацаны.*

- *Если за неделю депутаты указ не заблокировали — ALLES! — поезд ушел.*

- *... Наглая НЕНЬКА считала эту противоракетную систему слишком дорогой для покупки и вымогала даром.*

- На премьеру пригласили всю МИШПУХУ во главе с президентом Федерации еврейских общин России Александром Бородой. МИШПУХА была в восторге (мишпуха — евр. «семья», компания).
- Наряд, точнее ЧАКАН, для исламской церемонии два месяца вручную вышивал известный дизайнер.
- Пьяные слезы льются на РЭЙВЕ (из песни «Плачу на техно»).

Индивидуально-авторские неологизмы:

- А тебя я назову МУРСУЛТАН.
 - Болсонару получил ЛУЛЕЙ (от имени Лула де Силва — соперника Болсонару на президентских выборах в Бразилии).
 - Возрождение России стало неприятным сюрпризом для всех ЕЛЬЦИНОИДОВ, заработавших огромные состояния на службе у Госдепа США.
 - ХОХЛОХУНТА держится на наемниках.
 - Вместо того, чтобы снова извиниться, она снова накрылась белым пальто поверх черной ШАНЕЛЬКИ, замаскировав корысть заботой о нас грешных.
 - Остановить отдрессированную и вооруженную до зубов группировку, где у многих диагноз — ХОХЛИЗМ головного мозга, стало бы проблематично.
 - Прибалтийские ВЫМИРАТЫ полностью блокируем, чтобы ни копейки, ни цента не могли на нас заработать.
 - СЕКСОФОНИСТ и уралочка.
- Остановить поток фальсификата смог московский полицмейстер Лужин. Но во время войны эти НЕДОСАПОГИ всплыли вновь.

Лексика нелитературного ряда, жаргон, грубое просторечье, в том числе — в цитатах:

- А как божественно тренировка прошла! ОТФИГАЧИЛИ все свои программы ЧИСТОГАНОМ.
- А 19 июня ДВИНУЛ КОНИ ближайший ельцинский сподвижник...
- Но НЕ ПРОКАТИЛО: 5 сентября он (Борис Джонсон. — Н. Р.) подал в отставку. А уже 20 октября резиденцию на Даунинг-стрит с позором покинула и сменившая его ДУРОЧКА ЛИЗА.
- В 90-е в одном российском издательстве вышла книга Кундеры, где в качестве аннотации значился крик души: «Эта книга — редкостная ХРЕНЬ и СКУКА. Я работаю редактором и вынужден читать подобную ерунду. Ненавижу свою работу».

- *«Кундера — это глупое чешское БЫДЛО, — сказал однажды нобелевский лауреат, остроотреагировав на русофобию чеха.*
- *Ко мне подходит ПРИБЛАТНЕННОГО ВИДА ШОФЕРЮГА: «Ну че, поедем?».*
- *Витас дал Ире звонкую пощечину: «Ну и оставайся со своими русскими КОБЕЛЯМИ-РЕЖИССЕРАМИ!».*
- *Отношения у супругов были неровными. И когда в 1967-м Генсбур СПУТАЛСЯ с Брижит Бардо, Франсуаз окончательно с ним порвала и запретила общаться с детьми.*
- *Без всяких учителей, освоив драматургическое искусство на коленке, Люся НАМОНСТРЯЧИЛАСЬ писать пьесы.*
- *...Непотребные насмешки над происходящим в нашей стране... иначе как ПАСКУДСТВОМ назвать нельзя.*
- *После того как папа упал с 12-метровой высоты, сломал ноги и начал восстановление, у него окончательно СНЕСЛО ГОЛОВУ. Он конкретно подсел на вещества. Говорил, что хочет заглушить боль в ногах. ЛОВИЛ «БЕЛОК». Буквально сходил с ума.*
- *Екатерина раскрыла причину сердечного приступа у Гогена, случившегося после смерти родительницы. Фрик, по ее словам, «ВЫЖРАЛ БУТЫЛКУ» и слег.*
- *У меня самой двойное гражданство. Я бы тоже могла так МУХЛЕВАТЬ, прикрываясь американским паспортом.*
- *«Веселые ребята» БУХАЮТ в каком-то кегельбане.*

Лексика с сексуальным значением, высказывания на эту тему:

- *Протесты вызвало и появление другого памятника — у шоссе в Белгородской области. Хотя к идеологии женская фигура «ПУТАНА ОЛЕНЬКА» отношения не имеет, по требованию местных властей ее быстро убрали с глаз долой.*
- *Муж эстонской «мисс Марпл» ОТСИДЕЛ ЗА ПОРНОГРАФИЮ.*
- *ЛЮБОВЬЮ НАДО ЗАНИМАТЬСЯ в Венеции или в крайнем случае в Петербурге. Тото Кутуньо.*
- *История с ЭСКОРТОМ косвенно подтвердилась, когда Лера появилась на публике с известным СВОДНИКОМ...*
- *Новый ведущий «Сто к одному» закрутил роман с СЕКСОЛОГОМ.*
- *ОБРЮХАТИВШИЙ Орлову муж оказался близок к банкротству.*

- *Шокирующие СЕКСУАЛЬНЫЕ ПРИСТРАСТИЯ наших восточных соседей.*
- *«НЕСЧАСТНЫЕ ШЛЮШКИ» Габриэля Гарсиа Маркеса.*
- *Обманутый муж и ПЬЯНКИ В БОРДЕЛЯХ.*
- *Тема СИСЕК*
- *...Образ СЛАБОЙ НА ПЕРЕДОК Маши в «Монастыре» довольно органично подошел начинающей актрисе.*

Прецедентные феномены с негативно-оценочным значением:

- *КРЫСЫ ЕСТЬ КРЫСЫ* (отсылка к ПФ «Крысы бегут с тонущего корабля»).
- *Жаль, конечно, что БАНДЕРЛОГИ много местных постреляли* (отсылка к Р. Кипплингу).

Неожиданные ярлыки, в том числе — в цитатах; именованья лиц, не принятые в печатных изданиях:

- *Влад Мина — мой «ФИНАЛЬНЫЙ МУЖ».*
- *В Украине кризис, а эти ШМУРДЯКИ отдыхать поехали, — возмущался Shrintik_kaka. — Что, как крысы с корабля убегаеете? Можете тогда уже не возвращаться* (ср.: ШМУРДЯК — «суррогатный спиртной напиток; дешевое (как правило, крепленое) низкокачественное плодово-ягодное вино»).
- *...Одна из главных виновниц трагедии Югославии, бывшая госсекретарь США, КРОВОЖАДНАЯ СУКА МАДЛЕН ОЛБРАЙТ...*
- *Жена затащила его в загс, КАК ЛОХА*
- *Журфак забит ТВАРЯМИ* из числа либеральных преподавателей. Этим персонажам надо поставить мозги на место.

Семантические сдвиги, связанные с нетрадиционной сочетаемостью слов или деформацией фразем; оксюмороны, намеренные алогизмы, языковая игра:

- *Мир театра злой. Но при этом ТЕРРАРИУМ ЕДИНОМЫШЛЕННИКОВ.*
- *Если у вас есть хотя бы немножко ФЕРМЕНТОВ В ДУШЕ, вы не останетесь равнодушным.*
- *ПОРТРЕТЫ БЕЗ ЛИЦ*
- *Как говорится. ЗЕМЛЯ СТЕКЛОВАТОЙ.*
- *Я люблю Россию. Недаром свалил из такой ВКУСНОЙ ФРАНЦИИ обратно на Родину.*

- Между Рудковской и Киркоровым Наташа чувствовала себя **СМЕЖНОЙ КОРОЛЕВОЙ**.

- У «нюхача» **ОБОНЯТЕЛЬНАЯ УЛЫБКА** (об актере Кирилле Кяро. — Н. Р.).

- Новому «**ПУШЕЧНОМУ САЛУ**» можно обещать хотя бы \$100_ в месяц — все равно большинство наймитов никогда не увидят своих денег.

- **ЧТО РУССКОМУ ТЕПЛО, ТО НЕМЦУ ДВОЙНАЯ ОПЛАТА.**

- Ковальчук не смогла его **ЖЕНИТЬ НА СЕБЕ В ОДИН КРИК.**

- Невероятные приключения Дизеля — **ЧЕЛОВЕКА И ТОПЛИВА.**

- **БАБА-ЯГА В ТЫЛУ ВРАГА.**

- **ПАМЯТНИК УБИЙЦЕ**

- У Лены... на проекте самые **ЗАЧЕТНЫЕ ТРУСЫ.**

Конвергенция вышеуказанной тематики и соответствующих речевых средств, их «концентрация в каком-либо отдельном месте текста» [Хазагеров 1999: 237], ср.:

- Накануне недавнего 70-летия умершего 11 лет назад от инфаркта музыканта Александра Барыкина Белгород потрясло чудовищное преступление. В ванной одной из квартир нашли обезглавленное тело 32-летнего мужчины без внутренних органов. Как выяснилось, потрошителем стал хозяин жилища, с которым убитый состоял в гомосексуальной связи. Душегуб признался следователям, что съел часть сердца жертвы. Этим несчастным оказался сын экс-любовницы Барыкина — белгородки Елены Катунинной. Ее давно нет в живых: труп 19-летней Лены в свое время обнаружили на городском пляже.

- Главные героини «Сестричек...» — похожие как две капли воды похабные пэтэунищицы, которым фотограф-эстет Серж предлагает позировать в одежде начала XX века. Девки так рады, что готовы переспать с пленочником в ту же минуту. Однако Серж предпочитает юных мальчиков. Суицид, педофилия, деревенская магия и удушение котенка — все заботливо подано зрителю в этом «шедевре», где просвета нет.

- **СПИД ГОДА**

Когда наши продюсеры хотят, «чтоб как в Чернобыле» от НВО», — получается «Нулевой пациент». Тоже ретро, тоже лампово, тоже с фигой во всех карманах, тоже про жуткий Совок, который секретил страшнейшие эпидемии от народа, чтобы побольше людей загнuloсь в муках.

В целом основные стилеобразующие признаки можно представить следующим образом. Тематической составляющей стиля гранж является шоковая информация, так называемый «шок-контент», который может иметь не достоверный, а вероятностный характер. Прагматическая целеустановка стиля — это трансляция нетривиальной, выходящей за рамки обыденного информации с целью привлечения внимания адресата к тексту и тем самым — к изданию. В свою очередь, речевая специфика стиля гранж лежит в области сниженности и повышенной экспрессивности всего массива средств текстообразования. К собственно стилистическим особенностям относятся отмена конвенциональных ограничений, в частности — обсуждения частной жизни людей, циничный характер высказываний, возможность игнорирования этических кодексов и «лингвоэтических представлений о норме» [Сурикова 2012:205-208]. В целом тексты в стиле гранж часто отличаются конвергенцией шоковой тематики и указанной выше речевой организации текстов и достаточно широко распространены не только в изданиях, ориентированных на разговорную речь, но прежде всего — в современной блогосфере.

ГЛАВА 3

Абсурд в зеркале СМИ

К текстовым процессам в современных СМИ можно отнести обращение авторов к категории абсурда. Наиболее общее определение этой категории дано в толковых словарях, которые интерпретируют абсурд как «нелепость, бессмыслицу». Распространение абсурда связано, прежде всего, со сменой общественной парадигмы: «Новая парадигма общества и личности во главу угла ставит тезис, что не все в человеке детерминировано социально (вспомним классическое «среда заела!»), важными признаются иррациональные и даже апокалипсические представления, судьба, случайность, духовность» [Костомаров 1999: 40]. Как следствие — размывается граница между понятиями «добро» и «зло», «истина» и «ложь» и другими ценностными ориентирами.

Мы разделяем точку зрения В. И. Карасика на то, что «абсурд, понимаемый как значимое отсутствие смысла там, где смысл должен быть, пронизывает все стороны человеческой жизни, в связи с тем, что в человеческой природе рациональное неразрывно связано с иррациональным» [Карасик 2010: 136]. В свою очередь, следствием сказанного является «вброс в публичное пространство рациональной и иррациональной версий происходящего, способствующий тому, что ясность мышления и однозначность картины мира вытесняются неопределенностью и многовекторностью, доходящими до алогизмов и бессмысленности, которые и лежат в основе абсурда» [Руженцева 2023] (подробнее см. в статьях Н. Б. Руженцевой «Абсурд как средство текстообразования: Гоголь, — Булгаков — современные СМИ», 2022; «Абсурд в зеркале СМИ: язык — речь — текст — дискурс», 2023; «Абсурд: кодирование и декодирование в дискурсе СМИ», 2022).

Наконец, важным для нас является тот факт, что смысл является продуктом человеческого разума, интеллектуальной деятельности индивидуума. Отсутствие последних с необходимостью ведет и к утрате смыслов.

Современные печатные СМИ располагают рядом способов привлечения читательского внимания к абсурду происходящего. Приведем некоторые из них.

1. Указания на абсурдную, с точки зрения автора, экстралингвистическую ситуацию, о которой идет речь в тексте:

• *А разве можно считать проявлением здравого смысла запуск в космос робота Федора за 5 млрд. рублей, в то время как специалисты получают нищенскую зарплату?* (АН № 1 (695), 15.01.2020).

2. Указания на контексты самодискредитации или намеренное их создание.

Приведем пример намеренно созданного контекста самодискредитации посредством объединения смыслов, противоположных по аксиологическому модусу (*подлая Харрис и американская мечта*), следствием чего является абсурдность выражения «американская мечта»:

• *Байден выбрал «ПОДЛУЮ ХАРРИС» в вице-президенты ...По задумке политтехнологов, она должна привлечь голоса черных феминисток, секс-меньшинств, леволиберальной интеллигенции. Словом, всех тех, кто ненавидит Трампа и рыдает по убиенному уголовнику Джорджу Флойду.*

— *Она СООТВЕТСТВУЕТ ПОВЕСТКЕ АМЕРИКАНСКОЙ МЕЧТЫ, объявил штатовский политэксперт Джоэл Гольдштейн* (ЭГ № 33 (1330), 17. 08. 2020).

3. Указания на ложь, подчеркивающие бессмысленность неистинных высказываний:

• *Этот американский политолог японского происхождения (Френсис Фукуяма. — Н. Р.) хорошо ПОЕЗДИЛ ПО УШАМ ВСЕМУ МИРУ, объявив, что власть Вашингтона вечна. Но время показало — историю не остановить* (АН № 48 (692), 11.12.2019).

4. Указания на апелляции к вере, суевериям, отрицающим поиски смысла рационально-логическим путем:

• *Людям нужен образ. Верят же они, что, к примеру, монах-схимник, живущий в пещере со вилами в бороде, является носителем мудрости. Хотя у него два класса образования, он никогда не видел унитаза и не смог ужиться даже в монастыре, ему целуют руки и спрашивают о геополитическом устройстве. Хотя разумнее спрашивать профессора экономики, написавшего 11 книг и побывавшего в 89 странах. Но профессоров — как собак нерезаных, а схимники — товар штучный и труднодоступный* (АН №4 (685), 23. 10. 2019).

5. Указания на страх, побуждающий людей признавать наличие смысла при его отсутствии:

• *Комедия положений в том, что видный политик и просто популярный человек вряд ли рискнет нынче сказать что-то поперек Грете Тунберг. А вдруг она и его назовет «предателем» или как-то покруче?* (АН № 4 (685), 23. 10. 2019).

6. Указания на жанровые формы, допускающие неистинные или абстрактные суждения (сплетни, слухи, версии):

• *Вот так, оказывается, по американской ВЕРСИИ истории это не СССР строил на Донбассе шахты и заводы, а одна Украина (АН №4 (698), 05. 02. 2020).*

7. Указания на бессмысленность того или иного высказывания:

• *Брежневский застой в школах характеризуют как время расцвета державы (ХОТЯ ЭТО ОКСЮМОРОН) (АН № 10 (704), 18. 03. 2020).*

Кроме сказанного выше, можно выделить ряд собственно филологических причин появления абсурдных высказываний. На наш взгляд, самые важные из них — это влияние на тексты СМИ постмодернистской парадигмы и включение в них большого количества заимствованных слов.

1. Влияние постмодернистских текстов, их алогичности, дискретности, игрового начала и интертекстуальности, ср.: «Один из принципов современного формата культуры — формата постмодерна — ни в чем не искать смысла, во всем искать заговор. Так устроена современная культура. Жаль, что идеология не понимает свои истинные цели (она все-таки должна формулировать смыслы) и идет на поводу у общекультурной жизни... Сегодня вся страна живет в формате постмодернизма. Посмотрите, мы сейчас живем в стране, которая одновременно является и наследницей Российской империи, и наследницей Советского Союза, и глобалистской страной, и одновременно очень архаичной. Часть страны живет в XXI веке — в постиндустриальном обществе. Часть — в индустриальном обществе XX века, а отдельные территории еще не вышли из XVII века. То есть мы живем в очень сложно устроенной, лоскутной стране, и такая лоскутность — это как раз характерный признак постмодерна» (Алексей Иванов. Герой нашего времени. АИФ Урал. № 40, 2020). В качестве примера приведем заголовочный комплекс статьи, построенный с привлечением литературных аллюзий, соотносимых с литературными произведениями разных эпох:

ТЕЗИС — констатация абсурдной ситуации: *«Все эти годы — более четверти века! — шла и идет ползучая образовательная деградация. Причем и в средней школе, и в «вышке».*

ЗАГОЛОВОК: *Как обрусевший немец из Казахстана изменил смысл российских науки и образования*

ВНУТРЕННИЙ ЗАГОЛОВОК-1: *Сага о Форсайте*

ВНУТРЕННИЙ ЗАГОЛОВОК-2: *Нам новые песни придумал Чубайс*

ВНУТРЕННИЙ ЗАГОЛОВОК-3: *Балаганов, сколько вам нужно для счастья? (АН № 26 (720), 08. 07. 2020).*

2. Влияние англицизмов, инфантилизация языка

«Наша речь становится похожей на эмигрантскую... Недостаток вкуса, недостаток образования, желание показаться умнее или продвинутое, пустить пыль в глаза — вот причина появления таких слов... Когда дети-билингвы путают языки, это выглядит мило, а когда так делает взрослый — неумно и вульгарно. К слову «лук» в значении «образ» мы вроде бы уже привыкли, однако омонимия все равно дает комический эффект. Когда говорят «модный лук», невозможно не представить себе кошелку, из которой торчат перья зеленого лука. Тем более что в русском языке есть полноценные замены этому слову: образ, облик, внешний вид» (Из интервью с Е. Басовской. МК РРЕ, 12-19. 02. 2020).

В качестве иллюстрации приведем конвергенцию заимствований в описании потенциально абсурдной ситуации с продовольствием:

Если до пожилого Байдена дойдет, как легко он может взять нас за горло одной только угрозой ввести САНКЦИИ против ОФШО-РОК (с ТРАНСИКАМИ бодаться никто не посмеет!), связанных с нашим сельским хозяйством, то это будет АЛЛЕС КАПУТ всем нашим продбезопасности и проднезависимости. Вы, конечно, сбежите через Внуково-3, а нам вместо «ножес Буша» будут присылать «ляжки Байдена»? (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).

Перейдем к языковым и речевым (текстовым, дискурсивным) средствам репрезентации абсурда в публикациях СМИ.

СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ АБСУРДА НА УРОВНЕ ЯЗЫКА

1. Лексика (слова и выражения) со значением отсутствия смысла:

- *Какой-то КАФКИАНСКИЙ БРЕД царит в важнейшей отрасли новейших технологий в здравоохранении и фармацевтике (АН №41 (685), 23. 10. 2019).*

- *Но и артистов кто за язык тянул АХИНЕЮ НЕСТИ? (АИФ № 50, 2022).*

- *Людей надо воспитывать. Людям врать уже нельзя. Вы здесь ЧУШЬ НЕСЕТЕ, а ею пользуются там (АИФ № 50, 2022).*

2. Лексика (слова и выражения) со значением отсутствия ума, интеллекта:

- *Ведь именно Минфин является автором этого БЕЗУМИЯ (АН № 1 (695), 15. 01. 2020).*

- *ЗАУМНЫЙ ПЛАН мероприятия «Трансформация делового климата» (АН № 1 (695), 15. 01. 2020).*

3. Эмоционально заряженная лексика с целью акцентирования бессмысленности происходящего:

- ...Эту ХРЕНЬ были вынуждены смотреть иностранные гости из 34 стран мира (АН № 36 (680), 18-24. 09. 2019).

- В свете этого бэкграунда трудно рассматривать распад Союза и катаклизмы 1990-х как БЛАЖЬ Горбачева и Ельцина, по собственному САМОДУРСТВУ опустивших страну в пучину реформ (АН № 10 (704), 18. 03. 2020).

СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ АБСУРДА НА УРОВНЕ РЕЧИ

1. Соединение несопоставимых понятий в одном логическом ряду:

- У Трампа началось ПОЛИТИЧЕСКОЕ РАЗДВОЕНИЕ ЛИЧНОСТИ (АН № 20 (714), 27. 05. 2020).

- Зачем Помпео ЗАЛЕЗ МОСКВЕ «ПОД ЮБКУ»? (АН №7 (701), 26. 02. 2020).

- Подсчеты показывают: только у первых 300 банков, лишившихся лицензий в первые три года РАССТРЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦБ реальная обшая дыра в капитале была 1, 4 трлн. рублей (АН № 46 (690), 27.11-03. 12. 2019).

2. Намеренные алогизмы в заголовках, подзаголовках, внутренних заголовках и врезках (вставках) текста как средство привлечение внимания:

- ЗАГОЛОВОК: Следующий американский президент снова будет «агентом Кремля» (АН №7 (701), 26. 02. 2020).

- ЗАГОЛОВОК: «Любимого аллигатора Гитлера» немцы съели или расстреляли (АН № 20 (714), 27. 05. 2020).

- ЗАГОЛОВОК: Европейский шлях, «Беги, Гасан, беги!», гроб коммунизма и «на пыльных тропинках далеких планет» (КП, 12. 11. 2019).

- ВНУТРЕННИЕ ЗАГОЛОВКИ:

Застой как расцвет

Телега посередине лошади

Танцы на гробах (АН № 10(704), 18.09. 2020).

- ВРЕЗКА (графически выделенная вставка):

Раз уж действительность такова, что без мата о ней не скажешь, то в этом виновата действительность, а не рэперы (АН № 49 (693), 18. 12. 2019).

3. Прецедентные феномены со значением отсутствия разума, интеллекта:

- *СОН РАЗУМА РОЖДАЕТ НЕ ТОЛЬКО ЧУДОВИЩ, но и распиловщиков бюджета* (АН №1 (695), 15. 01. 2020).

4. Прецедентные феномены, в том числе — трансформированные, формирующие контекст понятия «бессмысленность»:

- *Недавно в АН вышел материал «ЭТОТ СТОН У НАС ДЕНЬГИ ЗОВЕТСЯ»* (АН № 1(695), 15. 01. 2020).

- *Но Минфин продолжает спускать ПЛАНОВ ГРОМАДЬЕ. И пока, КАК РАСКОЛЬНИКОВ, бухгалтеры продолжают УБИВАТЬ СТАРУШЕК за 20 копеек («НЕ СКАЖИТЕ, ПОРФИРИЙ ПЕТРОВИЧ, ПЯТЬ СТАРУШЕК — ЦЕЛЫЙ РУПЬ!»), мимо бюджета и из бюджета в карманы нефтяных царей уплывают триллионы рублей ежегодно* (АН № 1 (695), 15. 01. 2020).

5. Антитеза, противопоставление, подчеркивающее абсурдность происходящего:

- Реальность же в том, что наша с вами страна при всем ОГРОМНОМ И МОЩНОМ ПОТЕНЦИАЛЕ ПОГРУЖАЕТСЯ В ПУЧИНУ уже даже не третьего мира, а КАКИХ-ТО АФРИКАНСКИХ СТРАН (АН № 41 (685), 23. 10. 2019).

СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ АБСУРДА НА УРОВНЕ ТЕКСТА

На уровне текста репрезентация абсурда связана с выбором жанра. Существуют жанры, приспособленные именно для передачи категории абсурда. Это пародии, памфлеты, мистификации, фэнтези, сказки и сатирические произведения, что неоднократно отмечалось исследователями творчества писателей-сатириков, ср., например: «Фантастика Щедрина здесь очень реальна. Она не привносится извне, не ставит своей целью дать картину будущего города Глупова, она только подчеркивает подлинную абсурдность, бессмысленность глуповской жизни, ее античеловеческий характер» [Горячева 1976: 47]. В качестве иллюстрации приведем текст в жанре пародии, основным средством которой является «ироническое подражание осмеиваемому образцу, передача в гиперболизированном, шаржированном виде собственных ему характерных черт, доведение их до абсурда, нелепости» [Словарь лингвистических терминов 1974]. Цель приведенной пародии — представить абсурдность современного налогообложения с завышенной налоговой нагрузкой:

ПРЕДАНИЯ СТАРИНЫ ГЛУБОКОЙ

Говорят, что налоги придумал дьявол. Врут, завистники! Налоги придумало существо хуже дьявола — сам человек. Хотя, как утверждают знатоки вопроса, первым налоговым инспектором был

бог торговли, хитрости, обмана и лукавства господин Гермес. Он ходил по Олимпу и шибал пятаки с других богов. Увидит Артемиду — богиню охоты, — возьмет шкурками. С Посейдона — рыбой. С Аида — мертвыми душами. С Афродиты — понятно чем. Только к старому Зевсу побаивался подходить. Тот крут был на расправу. А кто платить отказывался, к тому приходил хромым и косым, но с огромным молотом Гефест, вероятно, первый коллектор.

В то золотое время народонаселение фактически платило всего две «десятины». Одну — в храм, вторую — в пользу правящего режима. То есть 20% от дохода. Древняя Русь не отставала от модных древнегреческих тенденций. Во времена «татаро-монгольского ига» мы платили твердую дань (или налоги) Золотой Орде в размере 10% от дохода русичей. Кроме того, отдельные налоги на вспашку земли, на мосты, на содержание чиновников, единовременные военные выплаты. Все равно «на круг» налоги составляли до 20% доходов (АН № 1 (695), 15. 01. 2020).

Кроме пародии для передачи абсурда могут использоваться комментарий или справка к основному тексту, подчеркивающие абсурдность происходящего, ср., пояснение к выражениям типа «работать на панели»:

Основной текст: Предпоследняя такая «ПАНЕЛЬ» случилась на Питерском экономическом форуме три года назад.

Справка АН: «Работать на панели» — заниматься проституцией. [Словарь Мокиенко, Никитина, 2003: 241].

«Панель» — так в XIX веке называли тротуар. Его не закатывали в асфальт, а выкладывали каменными плитами. Уличные проститутки поджидали клиентов на обочине дороги. Так и говорили — «на панели» (АН № 36 (680), 18. 09. 2019).

Следует упомянуть также о подписях к фотографиям, актуализирующим абсурдность ситуации, о которой в основном тексте идет речь:

Сидуанов просит западных банкиров: приходите и владейте нами! (АН 346 (690), 27-03.12. 2019).

СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ АБСУРДА НА УРОВНЕ ДИСКУРСА

На дискурсивном уровне абсурд репрезентируется посредством одной из основных форм авторизации газетного дискурса — иронии. Приведем пример иронического высказывания, автор которого ис-

пользует прием конвергенции устойчивых выражений, подчеркивающих абсурдность происходящего:

Здесь, однако, надо говорить не столько о Трампе — с ним все ясно, — сколько о системе, которая позволяет богатым людям ОТКУПАТЬСЯ ОТ ПРАВОСУДИЯ и ИЗБЕГАТЬ ОТВЕТСТВЕННОСТИ. Более того, эта система позволяет им вносить согласованную сумму без признания вины: НИ ДА НИ НЕТ МОЖНО НЕ ГОВОРИТЬ. И вот ты, отстегнув 25 «лимонов», отряхнул и дальше ЖИВЕШЬ-ПОЖИВАЕШЬ, РАЗВОДИШЬ НАРОД НА ДЕНЗНАКИ, САМ ИЗ СЕБЯ ВЕСЬ ТАКОЙ «БЕЛЫЙ И ПУШИСТЫЙ» (МК. РРЕ, 22-29. 01. 2020).

Категорию абсурда можно рассматривать с разных точек зрения и анализировать посредством разных методов и методик. Для выявления и описания абсурда в дискурсе СМИ можно использовать лингво-прагматический метод, в основе которого лежит интенция, соотносимая с кодированием и декодированием абсурдных высказываний, а также группу медиалингвистических методов. Перспективными для изучения данной категории являются также метод жанрового анализа и группа психолингвистических и когнитивно-дискурсивных методов. Это позволит получить комплексное, систематизированное описание феномена абсурда, который лежит в основе фейков — важнейшей составляющей информационных войн.

ГЛАВА 4

Жанровые процессы в дискурсе печатных СМИ

Жанровые процессы в печатных СМИ идут в настоящее время по линии возрастания разнообразия и увеличения модификаций жанровых форм. Это проявляется: во внешней и внутренней жанровой дифференциации публицистических текстов, в диффузии жанров, а также в появлении новых жанровых форм и новых жанровых платформ. На материале медиатопиков «Политика» и «Экономика» попытаемся проиллюстрировать сказанное.

4.1. Жанровая амальгама и диффузия жанров

Процессы, определяющие жанровую амальгаму (сочетание разнородных жанров), связаны с возрастанием количества речевых жанров в составе текста более крупных произведений публицистики (подробнее о жанровых процессах см. статьи Н. Б. Руженцевой «Политико-экономический прогноз: методика идентификации и жанрово-дискурсивной дифференциации», 2016; «Манипулятивный компонент и предпосылочное знание в политическом интервью: вопросы и комментарии интервьюера, 2016»; «Мини-портрет политика: глорификаторы, ярлыки и прозвища», 2021; и статью Н. Б. Руженцевой и Ю. А. Антоновой «Международный околополитический нарратив в печатных и электронных СМИ», 2017).

В исследовании, проведенном более 10 лет назад, А. В. Евстафьева выделяет следующую закономерность: «Анализ прагматических основ функционирования «языка вражды» в СМИ позволил выявить, что исследуемое явление реализуется в восьми речевых жанрах (призыв, порицание, сравнение, намек, ирония, грубое требование, оскорбление и сарказм)» [Евстафьева 2009: 17]. Со своей стороны мы считаем, что А. В. Евстафьева ведет речь лишь о шести речевых жанрах, так как под иронией и сарказмом традиционно понимаются не жанровые разновидности, а формы представления комического, или пафос текста. В настоящее время число речевых жанров, интенцией которых является трансляция враждебного отношения к оппоненту, перманентно увеличивается. Приведем примеры таких РЖ в двух газетных публикациях (А. Чуйков «Этот стон у нас «деньги» зовется» и К. Гурдин «Премьер перешел черту бедности». АН № 45 (689), 20. 11. 2019), написанных в иронической и даже саркастической тональности.

1. Ироническое опровержение

Об этих самых инвестициях все наши министры говорят с придыханием и шепотом, как будто молятся: «Пошли нам, боже, золотой дождь из долларов и евро!» Ага, сейчас придет такой добрый дядя Джон, у которого американских денег американские куры не клюют, и отсыплет безвозмездно на развитие России-матушки.

2. Иронический диалог

Знаете, какая цифра выше?

Минимум 200 трлн. рублей.

Еще раз — 200 000 000 000 000 рублей

По курсу прошлого года — 3,2 трлн. долларов.

3. Ироническое обвинение

Вот ведь народишко подлый пошел, так и норовят в карман государству залезть! А там не все так густо, как кажется. Своим, понимаешь, не хватает.

4. Ироническое (и даже саркастическое) объяснение, интерпретация

Российская экономическая модель подобна знаменитой ленте Мебиуса. Этакая замкнутая кривая. Ежику понятно: для того, чтобы перестать дрожать от мирных цен на нефть, точнее. Дрожать вместе с ними, надо аршицирить производстводругих товаров и услуг.

5. Ироническая благодарность

Спасибо правительству, у которого на людей денег нет.

6. Иронический прогноз

Конечно, можно прописать в документах любые красивые сказки. Но пока бедность не только не слушается премьера, но, напротив, упорно растет. По сути, при нынешней социальной политике план уже полностью сорван, шансов выполнить — ноль.

7. Апеллятив

Гнать надо таких министров мокрыми тряпками по улице Горького, как гнали пленных фашистов.

8. Риторический вопрос

Но какая, к лешему, Конституция, когда на кону триллионы даже не рублей, а родной для российских чиновников американской валюты?

9. Сопоставление

Для правительства... куда дешевле и проще подкинуть миллиард-другой мелким дьякам из росстатовского приказа, чем реально сделать хоть что-то для бедных.

10. Ироническое резюме (в сочетании с РЖ «воспоминание»)

Мы получили повальную бедность даже работающего населения. Нищенские пенсии стариков. «Оптимизацию» медицины и «реформу образования». Убитую в хлам промышленность. Технологическую — на десятилетия — отсталость. Трещание госпропаганды о величии на фоне «родных» 1,7% от мирового ВВП. Убитые моногорода, села, дороги, инфраструктуру услуг и грабительский экспорт невозобновляемых сырьевых ресурсов. Что еще? Ах, да — запись в Основном законе о социальном государстве и недрах на благо народа.

11. Информационное сообщение (в сочетании с намеком на известное предложение чиновницы питаться «макарошками»):

Те же люди, которые недавно по факту оставили миллионы людей без пенсий, предложили урезать социальную помощь для «недостаточно бедных», предложили народу месяцами жить на одних макаронах. Они же охотно взяли под козырек, ринувшись выполнять высочайший указ по снижению уровня бедности.

Немного остановимся на феномене диффузии жанров, который имеет в настоящее время очень широкое распространение. Так, например, в тексты аналитических статей включаются не только речевые жанры, но и элементы жанров публицистических: интервью, обзоров, репортажей, отчетов и др., — что в целом обеспечивает жанровую амальгаму, ср., например, использование результатов анкетирования как способ продвижения рассуждения в тексте статьи Д. Терентьева «Изъять и поделить»:

- *К 2005 г. большинство россиян (52, 4%) высказывались о частной собственности положительно или соблюдали нейтралитет (23,9%). Сейчас позитивно оценивают только 40,7%, треть (36,3%) нейтрально. В 2020 г. треть россиян считают, что богатым просто повезло. 10-20% полагают, что путь к достатку связан с получением взяток и криминальной деятельностью. За 15 лет резко вырос процент россиян (с 15 до 25%), считающих частную собственность причиной «эксплуатации человека человеком. Зато причинами бедности народ видит длительную безработицу (39%), невыплаты зарплат и пенсий (28%), невысокие пособия в системе государственного соцобеспечения (27%). Хотя еще никто не разбогател в ожидании жалования на полумертвом заводе, слово инициатива» у нас не в чести. А под житейской мудростью часто понима-*

ется способность «не лезть на рожон», «не выделываться», «не искать добра от добра» (АН № 35 (729), 09.09. 2020).

Приведем еще один пример жанровой диффузии — включение элементов биографии, слуха, характеристики и прогноза в текст интервью, данного газете АН профессором Н. А. Кричевским:

А. Угланов (главный редактор АН): *Виджу какой-то скепсис в ваших словах. Вы уверены, что так не будет?*

Н. Кричевский: *Есть три обстоятельства, свидетельствующие, что пока этого не случится. Первое — Чубайс — это человек, который, как говорят, обеспечил второе избрание Бориса Ельцина в 1996 году. Тогда выборы выиграл не Борис Николаевич... Второе — это то, что Анатолий Борисович имеет определенный авторитет на Западе. За ним закрепился шлейф человека, который является одним из оплотов демократии в России. Обратите внимание — оплот не коррумпированности, не семейственности, не фаворитизма, не питерского братства, а именно демократии! Он один из главных участников слома хребта коммунистического Советского Союза... И наконец, третье, что мне бы хотелось сказать. Нарисованная вами картина, конечно, фантастическая. Думаю, что мы до нее не доживем. Но доживем, как минимум, до того момента, когда такие, как Чубайс, возьмут билет в один конец (АН № 47(741), 02-08. 12. 2020).*

4.2. Возникновение новых жанров

В качестве примера достаточно новой жанровой формы обратимся к мини-портрету политика, который получил распространение в СМИ в последнее десятилетие. Политический портрет активно вошел в практику СМИ в начале 2000-х гг. и в настоящее время существует в виде совокупности модификаций (о жанровых модификациях политического портрета см. далее). Можно выделить развернутые портреты, содержащие детальную информацию о политике, и мини-портреты. Это короткие тексты, генетически связанные с краткими формами характеристики и оценки политика. Попытаемся охарактеризовать мини-портрет политика как редуцированную жанровую форму с высокой степенью оценочности (подробнее см. статью Н. Б. Руженцевой «Мини-портрет политика: глорфикаторы, ярлыки и прозвища», 2021).

Тематическое содержание мини-портрета: односторонние, тенденциозно выбранные качества политика, его ошибки или достижения.

Структура мини-портрета: тезисно-аргументативная. Тезис представляет собой оценочное суждение; Аргументы могут быть как *ad hominem*, так и *ad rem*. Объем текста небольшой. Для мини-портретов харак-

терны разнообразные способы редукции информации, т.е. «перехода на уровень обыденного сознания реципиента» [Миронова 2003: 9].

Языковое воплощение: принципиально важными являются высказывания и отдельные лексические единицы, репрезентирующие оценку политика, в том числе — ярлыки, глорификаторы и прозвища, а также возможность свертывания текста до уровня ярлыка с сохранением оценочного значения и функционирования мини-портрета в виде отдельной публикации.

В целом тематическое содержание мини-портретов является инвариантным (информация о политике). Инвариантной является и авторская интенция — трансляция оценочного мнения о политике. В свою очередь, структура, языковое представление информации и ее текстовое развертывание могут иметь вариативную форму.

Приведем построенные в соответствии с этой жанровой моделью политические мини-портреты И. В. Сталина и Б. Н. Ельцина (фрагменты из публикации В. Жириновского «Отчего у русских хмурые лица?»). Заметим, что в целом данная публикация построена как набор мини-портретов политиков: Ленина, Сталина, Хрущева, Брежнева, Горбачева, Ельцина, ср.:

И. Сталин

В последние годы жизни Ленин осознал, что военный коммунизм и продразверстка довели страну до нищеты и голода, поэтому ввел новую экономическую политику (НЭП). НЭП и сейчас могла бы продолжаться, но Сталин досрочно ее завершил ради сохранения личной власти. Сталин создал ужасный ГУЛАГ. Он искусственно остановил развитие в СССР кибернетики и генетики. Он разогнал страну на 30-40 лет вперед и сам же затормозил на те же 30-40 лет. У нас были самые мощные в мире компьютеры, уже в те годы ученые предлагали варианты оптимизации работы. Но в КПСС испугались, потому что боялись, что ЭВМ заменят чиновников. В результате все разработки ушли в США! (АИФ № 17 (2006), 24.04-30.04. 2019)

Смысловая доминанта этого мини-портрета может быть редуцирована в виде ярлыка: Сталин — ТОРМОЗ РАЗВИТИЯ СТРАНЫ.

Б. Ельцин

Он разрушил СССР, Кавказ при нем чуть не утонул в крови, а ему поставили памятник. Его подручный Гайдар всю советскую промышленность распродав в 1000 раз дешевле реальной стоимости. От стыда и умер в итоге, но каждый год теперь проходит экономический форум его имени (АИФ № 17 (2006), 24.04 — 30.04 2019).

Смысловая доминанта мини-портрета может быть свернута в виде 2 ярлыков: Ельцин — РАЗРУШИТЕЛЬ СТРАНЫ; Гайдар — РАЗРУШИТЕЛЬ СТРАНЫ.

Подобные мини-портреты политиков можно с известной долей условности считать развернутыми вариантами ярлыков. Их тематическое содержание и интенция, как уже было сказано, инвариантны. В свою очередь, в качестве примера вариативного оформления содержания текста приведем мини-портрет, в котором обобщены данные опросов и представлено восприятие политической фигуры в динамике:

Е. Гайдар

По данным ВЦИОМ, 44% граждан назвали реформы Егора Гайдара разрушительными (в 2010 г. было 23%), а необходимыми — лишь 15% (в 2010 г. — 29%). Сама фигура экс-премьера вызывает недоверие (19%), разочарование (18%), антипатию (13%), осуждение (11%), с безразличием к нему относится 31%, с симпатией и уважением лишь 5-7%. (АИФ № 13 (2002), 27. 03. — 02. 04 2019).

Негативная оценочно-смысловая доминанта этого мини-портрета может быть также сведена к ярлыку: Гайдар — РАЗРУШИТЕЛЬ СТРАНЫ.

Политические мини-портреты могут выполнять и позитивную оценочную функцию. Ее часто берут на себя клише — «положительные конструктивные единицы» (Н. Кохтев). По другой терминологии, это «апологетизмы» (глорификаторы) [Сковородников 2016]. Глорификаторы являются давно известным публицистическим приемом создания положительного имиджа, ср., например, именованя А. Керенского: *Солнце свободы России; Спаситель отечества; Гениальный народный трибун; Любовник революции* и др. Глорификаторы могут быть однословными, но чаще репрезентируются целыми выражениями, ср., последние в подборке мини-портретов:

Диоклетиан. 244-311 гг. ОДИН ИЗ ВЕЛИЧАЙШИХ РИМСКИХ ИМПЕРАТОРОВ (АИФ № 13, 2019).

Карл V. 1500-1558 гг. САМЫЙ ТИТУЛОВАННЫЙ МОНАРХ ЕВРОПЫ — ни до, ни после него никто не носил такого количества титулов (Там же).

Константин Романов. 1779-1831 гг. Александр Пушкин писал 4 декабря 1825 г.: «Как верный подданный должен я, конечно, печалиться о смерти государя, но как поэт радуюсь восшествию на престол Константина I. Он умен, а с УМНЫМИ ЛЮДЬМИ все как-то лучше» (Там же).

Нурсултан Назарбаев, покинув пост президента Казахстана, пополнил список ИСТОРИЧЕСКИХ ФИГУР, ДОБРОВОЛЬНО ОТКА-

ЗАВШИХСЯ ОТ ВЛАСТИ. список почетный и недлинный — такое явление случается довольно редко (Там же).

В целом, глорификаторы — являются действенным способом «игры на повышение» по отношению к политику. В отдельных случаях они имеют двойственный оценочный характер и с помощью контекста отражают стремление автора к объективной оценке политической фигуры, ср.:

Ельцин был ОЧЕНЬ РУССКИМ ЧЕЛОВЕКОМ, со всеми сильными и слабыми чертами национального характера (АИФ № 4, 2021).

В связи со сказанным обратимся к еще одному, достаточно распространенному в портретах и мини-портретах способу оценки политической фигуры — к прозвищам политика. «Прозвища политика отличаются от глорификаторов и ярлыков тем, что они шире характеризуют личность политика, подчеркивают его происхождение, актуализируют специфические черты характера и эпизоды его политической карьеры и выполняют неоднозначную оценочную функцию (оценочные смыслы, репрезентированные прозвищем, могут быть восприняты по-разному) [Руженцева 2021]. Сказанное подтверждает спектр прозвищ политиков, представленный в статье К. Кудряшова «Мистер Нет и дядюшка Джо», ср. прозвища М. Тэтчер:

Заноза

Зубрилка

Жанна (в честь Жанны д'Арк)

Таран

Бронированный танк

Дочь лавочника

Ведьма

Молочная воровка (из-за отмены бесплатной раздачи молока школьникам)

Железная леди (АН № 3, 2021)

В связи с последним, самым известным прозвищем М. Тэтчер К. Кудряшов пишет: «Позже она сознается, что в создании предвыборного имиджа для избирательной кампании 1979 г. слоган «Британии нужна железная леди» весил примерно столько же, сколько и вся остальная пиар-поддержка, на которую были потрачены серьезные деньги» (Там же). Впоследствии авторы как редуцированных, так и развернутых политических портретов М. Тэтчер использовали именно это прозвище для оценочной номинации британского политика.

В целом такие лексические единицы, как глорификаторы и ярлыки, являются эксплицитным или имплицитным признаком речевой организации политического мини-портрета. Они служат для свертывания текстовой информации, одновременно обеспечивают компрессию оценочных

смыслов, а в целом — способствуют выводимости нового знания о политике. Вектор оценки, репрезентированный в глаголах и ярлыках, является неизменным (положительным или отрицательным). В свою очередь, прозвище политика может изменять оценочный вектор в зависимости от целого ряда экстралингвистических факторов.

4.3. Модификации жанра СМИ (на примере политического портрета)

Ближе всего к инварианту политического портрета стоят тексты, написанные в форме портретного очерка с элементами характеристики. Портретный очерк содержит набор текстовых компонентов, которые отбираются и располагаются в соответствии с авторской задачей. «Это:

- внешний портрет;
- поведенческий портрет;
- речевой портрет.

Указанные портретные разновидности лежат в основе портрета «внутреннего» (характер человека, его отношение к делу, к людям, к самому себе, образ мыслей и привычки, убеждения и взгляды, чувства и переживания). В него входят:

- элементы биографии;
- рассказ автора о деле, творчестве человека, о котором идет речь;
- элементы внешней характеристики (современников, близких людей, критиков, литературоведов, биографов);
- элементы самохарактеристики (возможны с опорой на документальные источники);
- фрагменты (по документальным источникам), характеризующие поведение человека в нестандартных ситуациях;
- в литературных портретах можно использовать и фрагменты из художественных текстов, автокомментарий, трактовки образов литературных героев, близких автору и позволяющих судить о нем» [Груздева 2006: 16].

Портретный очерк является генетической базой для более чем 20 модификаций жанра политического портрета, сложившихся к 2020 году и опубликованных в печатной и электронной форме российских СМИ.

Особенно часто модификации политических портретов появляются в связи со знаменательными датами. «Так, например, в объединенном номере АИФ и АИФ-Урал от 27.01.-02.02.2021, в связи с тем, что в 2021 г. Б. Ельцину исполнилось бы 90 лет, размещены сразу 3 публикации о политике, причем информация представлена в разных жанровых разновидностях:

- *Загогулина получается / Какую память оставил по себе первый президент России* (подборка отзывов-воспоминаний о политике в сочетании с авторским обобщением позитивных и негативных сторон деятельности Б. Ельцина как президента);

- *Генеральская привычка / Как в семье Росселя оказались часы Брежнева?* (интервью председателя Общественной палаты Уральского региона А. Левина, содержащее воспоминания о Б. Ельцине);

- *Президентское село / Как вспоминают Бориса Ельцина на его малой родине* (очерк, включающий множественные воспоминания о Б. Ельцине)» [Руженцева, Нахимова, Суетина 2021: 36].

Типологию модификаций политического портрета можно представить по разным основаниям. «По одному основанию это: 1) собственно политические портреты, которые являются рассказом о личности и деятельности политика от 3-го лица (автора-журналиста); 2) речевые портреты — тексты от 1-го лица, отражающие специфику речевой коммуникации того или другого политика (автокоммуникация, закрепленная на письме). По другому (жанровому) основанию это: 1) портреты-мемуары (книги-воспоминания о политике и воспоминания самого политика); 2) журналистские портреты (тексты СМИ: воспоминания третьих лиц о политике, интервью с политиком, версии, прогнозы и др.). По третьему основанию выделяются портреты политиков: 1) федерального и 2) регионального уровней. Наконец, можно выделить 1) развернутые политические портреты, содержащие детализированную информацию о политике, и 2) мини-портреты (короткие тексты, портреты-слоганы, портреты-ярлыки). Возможны и иные классификации портретов, например, по форме изложения (стихотворные-прозаические; вербальные-креолизованные и др.)» [Там же: 32].

Что касается дифференциации инвариантной формы, то журналистские портреты можно представить в виде репертуара жанровых модификаций (трансформаций). «К ним относятся:

- портретный очерк;
- портретная зарисовка;
- портрет-биография;
- портрет-хроника;
- исторический портрет;
- портрет-миф;
- портрет-мемуары (воспоминания);
- бытовой портрет;
- портрет-характеристика;
- портрет-слоган;
- мини-портрет;
- портрет-ярлык;

- имиджевый портрет;
- аксиологический портрет;
- невербальный портрет;
- портрет-версия;
- портрет-разоблачение;
- портрет-рецензия;
- портрет-отзыв;
- портрет-отчет;
- портрет-прогноз;
- портрет-интервью;
- речевой портрет;
- постпортрет (после внезапного прерывания срока политической или государственной деятельности);
- развлекательный портрет;
- портреты в рамках группы текстов, которые можно условно назвать «околополитическим нарративом»;
- креолизованный портрет;
- комплексный портрет политика.

Возможны также портреты-опровержения, сопоставительные портреты, психологические портреты и ряд других вариантов.

Указанные модификации политического портрета могут быть представлены и как несколько групп, включающих однотипные разновидности текстов. К наиболее крупным группам относятся: политические портреты, близкие к формам традиционных газетно-журнальных жанров; политические портреты имеющие в основе речевые жанры; дискурсивные портреты политических лидеров, а также политические портреты как креолизованные или комбинированные тексты (подробнее о модификациях жанра политического портрета см. в монографиях и учебных пособиях, указанных во введении).

Репертуар модификаций политического портрета достаточно широк и имеет тенденцию к дальнейшему росту» [Там же: 32-34]. В качестве примера приведем портрет-интервью, который может быть дифференцирован еще на ряд разновидностей этого жанра.

«Портрет политика соотносится с двумя большими группами интервью — это интервью с политиком и интервью о политике. ИНТЕРВЬЮ С ПОЛИТИКОМ может иметь такие жанровые модификации, как интервью-монолог, интервью-сообщение, интервью-анкета, звездное интервью (вариантом последнего является интервью-перформанс — театрализованное интервью). Интервью с политиком может быть нацелено на раскрытие его деловых качеств. Доминирующие типы информации в таком случае — содержательно-фактуальная (СФИ) и содержательно-кон-

цептуальная (СКИ) [Гальперин 1981]. В свою очередь, личные характеристики политика наиболее ярко проявляются в интервью-анкетах. Это небольшие диалоги неформального характера, из которых читатель узнает многое о предпочтениях, желаниях, намерениях и особенностях личности политика. В качестве примера приведем фрагмент интервью-сообщения с М. Мишустиним, в тексте которого доминируют содержательно-фактуальная и содержательно-концептуальная информация, а также интервью-анкету, в тексте которого присутствует и содержательно-подтекстовая информация, репрезентированная посредством юмора, шутки.

Интервью-сообщение

Михаил Мишустин: Расходы граждан мы контролировать не собираемся

В конце 2018-го кандидат в премьеры дал «Комсомолке» большое интервью. Многое из сказанного не устарело до сих пор:

— *С 2019 года в четырех регионах стартует эксперимент по налогу на самозанятых. Как планируете этих людей из тени вытаскивать?*

— *Это не новый налог, а новый налоговый режим, и никого, как вы сказали, вытаскивать мы не собираемся. Самозанятый — это человек, который сам производит товары или предоставляет услуги, у которого нет работодателя, нет наемных работников, оборот не более 2,4 млн. Эти люди обязаны по закону платить 13% со своих доходов. Теперь государство предоставляет льготу тем, кто захочет ею воспользоваться. А мы попытались сделать эту услугу наиболее удобной...*

— *Зачем нужен этот новый налоговый режим?*

— *Цель прежде всего социальная. Мы формируем прозрачную бизнес-среду. На первый план выходит сам факт того, что гражданин работает открыто, не неся никаких рисков (КП, 17. 01. 2020).*

Интервью-анкета

Анкета Михаила Мишустина

В 2010 году Мишустин стал гостем программы Владимира Познера. В конце эфира ведущий задавал стандартные вопросы из анкеты Марселя Пруста. Но для главы ФНС вопросы он немного изменил.

Любимая птица — попугай.

Любимый цветок — орхидея.

Кем из ныне живущих хотел бы быть — Стивом Джобсом.

Любимый композитор — Гаврилин (советский композитор, автор опер, балетов, и симфонических произведений, его музыку можно

услышать, например, в фильмах «Женитьба Бальзаминова» и «Деревенская история»).

Какой недостаток легче всего прощает — слабость.

Три желания, которые загадал бы Золотой Рыбке, — чтобы не болели близкие люди, чтобы в России не было бедных, закончить налоговую реформу.

Любимый литературный герой — Чебурашка.

Оказавшись перед Богом, что вы ему скажете — попрошу за все прощенья и поблагодарю за то, что дал такое счастье — жить на земле (КП, 17. 01. 2020).

В свою очередь, ИНТЕРВЬЮ О ПОЛИТИКЕ имеет целью выявить точку зрения интервьюируемого на личность и деятельность того или иного политика и тем самым сформировать читательское мнение и оценку. В качестве примера приведем резко негативное мнение о Н. С. Хрущеве, высказанное в интервью, которое дал писатель и политолог Николай Стариков:

В развале СССР виноват Хрущев

— Что скажете о XX съезде, где был развенчан культ личности Сталина?

— Это отдельная тема. Речь Хрущева — лай злобной собаки, которая раньше была вынуждена молчать. Это — личная животная ненависть. Когда сын Хрущева Леонид по пьянке убил другого офицера, Никита Сергеевич буквально на коленях умолял Сталина заступиться. Но тот сказал: «У нас закон для один для всех». Напомню, что своего сына Якова вождем отказался вывозить из плена. Хрущев затаил смертельную обиду. После хрущевской пляски на сталинских костях от Москвы отвернулась Албания. Энвер Ходжа боготворил советского вождя. В результате мы лишились базы в Адриатическом море. Отвернулся Мао Цзедун, который выиграл гражданскую войну лишь благодаря Советскому Союзу. Представьте, как бы развивалась история, если бы два великих народа заключили стратегический союз еще тогда!.. (ЭГ № 7(1252), 18. 02. 2019).

Интервью о политике может иметь сопоставительный характер, касаться вербальных и невербальных характеристик политика, включать элементы исследования его жизни и деятельности или воспоминания о нем. В качестве примера можно привести фрагмент интервью-воспоминания, который содержит элементы сразу двух политических портретов — Б. Н. Ельцина и В. В. Путина:

Почему Ельцин выбрал Путина?

О чем рассказал зять и бывший глава Администрации первого Президента России

...За два года до 31 декабря 1999 г. Борис Николаевич в плотном режиме стал видеть того человека, который сейчас руководит страной. Это был очень важный период, когда они вместе летали в самолете, обсуждали планы, приезжали в регион. Я уверен, что Борис Николаевич обратил внимание на его точный анализ ситуации, на то, как он прекрасно формулирует, как ведет себя в какой-то аудитории. Я думаю, что в этот момент, когда он стал замом главы администрации, Ельцин подумал о нем как о кандидате... Каждый в Путине увидел что-то свое: либералы — продолжателя идей Бориса Николаевича; консерваторы — бывшего чекиста; люди, которые считали, что он вернет России что-то, что нужно вернуть, увидели в нем это... Из-за того, что он был неизвестен, это был огромный плюс, который помог ему выиграть выборы. Я не говорю о том, что он действительно блестяще вел себя с людьми. Люди увидели его: «О господи, какой прекрасный парень, совсем молодой». Кстати, для Ельцина было очень важно, чтобы тот человек был совершенно другого поколения, моложе на 20 лет, чем сам Ельцин, чем политики, которые пытаются прийти. Кстати, Примаков дважды пытался уволить Путина с поста директора ФСБ, об этом мало кто знает.

— Кто ему не дал?

— Борис Николаевич. (АИФ, № 46 2019).

В целом жанровая дифференциация политических портретов-интервью зависит от субъектной организации текста (интервьюер — интервьюируемый — политик, о котором идет речь), от цели интервью и от точки зрения участников интервью на жизнь и деятельность политика.

Однако дифференциация жанра политического портрета зависит не только от его внутреннего потенциала — увеличение числа жанровых разновидностей может быть детерминировано целым рядом экстралингвистических факторов, в частности концепцией того или иного СМИ. Речь об этом пойдет в следующем разделе.

4.4. Околополитический нарратив как субстрат для жанровых модификаций (на материале политического дискурса)

Нарратив, в самом широком понимании этого термина, — это любой повествовательный текст. По мнению О. А. Леонтович, для того чтобы текст считался нарративом, в нем должны присутствовать «повествователь/рассказчик, слушатель/читатель, персонажи, последовательность событий, переживаемых персонажами, каузальные отношения между ними, завершенность сюжета, отношение повествователя к тому, о чем идет

речь» [Леонтович 2011: 93]. Тематический репертуар нарративов (исторический, экономический, юридический, медицинский и др.) включает в себя и такую разновидность, как политический нарратив.

«Под политическим нарративом понимается совокупность дискурсных образований разных жанров, сконцентрированных вокруг определенного политического события ... В качестве политического нарратива-сверхтекста рассматривается избирательная кампания, политический скандал, парламентские дебаты по определенной проблеме. Политическому нарративу-сверхтексту присущи такие характеристики, как общественная значимость сюжета, сюжетная двуплановость... сочетание первичных и вторичных текстов, множественность повествователей и. в связи с этим, сочетание содержательного единства с множественностью модальных установок» [Шейгал 2007: 87].

«Политический нарратив — это совокупность политических текстов разных жанров (листовка, лозунг, митинг, речь, партийная программа, аналитическая статья, телеинтервью и др.), сконцентрированных вокруг определенного политического события... Политический нарратив всегда существует в определенной политической ситуации и завершается вместе с изменением ситуации. Для политического нарратива характерны тематическое единство, общая событийная канва... локализация во времени» [Чудинов 2006: 77-78].

Таким образом, политический нарратив в разных интерпретациях этого термина имеет несколько общих признаков. Это:

- концентрация вокруг одного политического события/ситуации/политической фигуры;
- развернутость и одновременно локализованность во времени (ограничение временных рамок);
- наличие общественной значимости сюжета;
- реализация воздействующей интенции;
- соотнесенность с определенным набором жанровых форм.

В последнее десятилетие, наряду с политическим нарративом, в печатных и электронных СМИ появляется близкий, но не тождественный феномен, который, с известной долей условности, можно назвать «около-политический нарратив». Под ним мы понимаем «дискурсивный феномен:

- сконцентрированный вокруг одного политического события (или политической фигуры);
- развернутый во времени;
- не имеющий прямой общественной значимости сюжета;
- реализующий гибридную интенцию, включающую в разных соотношениях информационную, ироническую, развлекательную, интерпретационную составляющие» (подробнее см. в статье: *Н. Б. Ру-*

женцева. «Международный околополитический нарратив в печатных и электронных СМИ», 2017).

Что касается общественной значимости, то последняя может быть прямой и косвенной. «Под прямой общественной значимостью текста мы понимаем направленность последнего на освещение такой значимой информации, как собственно политические преобразования, связанные с фигурой того или иного политика или деятельностью партии. Основной функцией такого текста является формирование убеждений, мировоззрения потребителя политической информации. Косвенную же общественно-политическую значимость текста мы рассматриваем, прежде всего, как его направленность на привлечение внимания адресата к фигуре того или иного политика. Ведущей функцией таких текстов является гедонистическая — авторы стараются доставить удовольствием реципиенту самим процессом общения посредством СМИ и тем самым повысить привлекательность СМИ в глазах читателя» [Там же].

Попытаемся охарактеризовать жанровый корпус околополитического нарратива, сконцентрированного вокруг одного события — избрания Д. Трампа на пост президента США. Тематика околополитического нарратива, сложившегося вокруг фигуры Д. Трампа, соотносится с личной жизнью политика, с его биографией и внешностью, с близкими ему людьми и их частной жизнью, а также с комментариями фактов и ситуаций, не относящихся к политической деятельности президента США. Основная интенция таких текстов — выразить авторское мнение о политике как о человеке и тем самым сформировать читательское отношение к нему или развлечь читателя. Как следствие, тематика и интенция детерминируют появление жанровых форм, не свойственных политическому нарративу. К ним можно отнести:

- Светские новости (события из жизни звезд):

Кэти Перри не даст спуск Трампу

В хите ВОН АППЕТИТ Перри поет: «Мои бриллианты изменят климат». Но за пределами шоу-бизнеса она далека от шуток на серьезные темы. После недавнего мудрого решения Дональда Трампа выйти из Парижского соглашения по климату зомбированная пропаганда Кэти обратилась к президенту: «Я умоляю вас подумать о ваших детях и всех других детях мира» (ЭГ № 25, 2017).

- Иронический редакционный комментарий:

КОШКИ-МИШКИ

Д. Трамп, президент США: «Настоящий скандал (с компроматом на экс-советника М. Флинна. — Ред.) в том, что секретную информацию «разведка раздает, как конфетки».

— Раньше был скандал со сбором данных — даже на ближайших союзников. Теперь с раздачей. Дальше, видимо, начнут продавать? «Кому фото из спальни Ангелы Меркель, недорого?» (АИФ №9, 2017).

- Иронический комментарий другого политика:

АМБИЦИИ РАЗБИТОГО КОРЫТА

В. ЖИРИНОВСКИЙ, лидер ЛДПР: «Половина американцев голосовала за другую внешнюю политику. Если Трамп будет так нарушать свои обещания, то импичмент неизбежен. Тогда мы будем пить шампанское уже за импичмент».

— Советуем быть осторожнее. Если начать пить за каждый поворот в непредсказуемой политике США, есть риск посадить печень (АИФ № 16, 2017).

- Комментарий специалиста:

«Иванка Трамп. Как хомячку обернуться красавицей»

35-летняя Иванка, пожалуй, самая известная из пяти детей американского президента Дональда Трампа. Как только девочка подросла, ее постоянно пытались представить безалаберной прожигательницей жизни вроде Пэрис Хилтон. Да только Иванка с алкоголем и наркотиками не дружила, ПДД не нарушала, скандалов не закатывала. С отличием окончила Пенсильванский университет, в юности работала моделью, позже удачно занялась бизнесом, вышла замуж за еврея-миллионера, родила троих детей. Избалованную деточку богатого папы в ней выдает одно: число пластических операций. Проследить все этапы изменения лица и фигуры Иванки нам помог пластический хирург Сергей Колесов (ЭГ № 10, 2017).

- Иронический прогноз

«Трамп договорится с Путиным, а Порошенко останется с носом», — уверен профессор Борис Хигер.

- - Борис Юзикович, Владимир Путин сможет договориться с Трампом? Отношения между Россией и США станут лучше?

— Путин родился в год Дракона. А Трамп — в год Собаки. Вообще, Дракон с собакой не очень уживаются. Но если брать по месяцам рождения (октябрь у Путина и июнь у Трампа), то здесь все замечательно. Они будут вести диалог и найдут общий язык. У США и России есть общий враг — терроризм. Вот это нас и объединит...

- — Обама, покинувший Белый дом, будет строить козни Трампу?

— Обязательно. Обама же Крыса. Подлый и трусливый (ЭГ № 10, 2017).

- Слухи, байки:

ТРАМП ГОЛОСИСТЫЙ

— Говорят, что кто-то из уральцев назвал Трампом петуха.
Или это байка?

— Назвать петуха по фамилии американского президента пенсионерка из поселка Полеводство Свердловской области решила на волне интереса к выборам в США. За новостями женщина следит регулярно. «Петуха мне подарили на день рождения, когда он был еще цыпленком. Гляжу — ну вылитый Трамп! Такой же рыжий, с пышными бровями», — рассказывает Галина Ивановна (АИФ-Урал, № 9, 2017).

- Мистификация (непроверенная информация):

Колдуй, баба, колдуй, дед

Противники Дональда Трампа нашли верный, по их мнению, способ вытурить законно избранного президента из Белого дома. Несколько десятков ведьм и колдунов должны одновременно призвать демонов, дабы те лишили Трампа возможности говорить и действовать. Выполнять ритуал следует ежемесячно и в полночь на убывающую луну, пока президент не будет отстранен от должности. Для синхронности действий решили использовать соцсети — тоже, можно сказать, адское изобретение. В ответ представители христианских общин обещали молиться за Дональда и его окружение, дабы ничего плохого с ними не случилось. (ЭГ № 10, 2017).

- Приметы:

Трамп прошел хорошую армейскую службу. Мочки его ушей срослись с задней стенкой челюсти — это говорит о большой выносливости. А форма носа, кстати, свидетельствует о доброте (ЭГ № 10, 2017).

Кроме сказанного, следует упомянуть о нарастающей жанровой амальгамности (синкретизме) текстов, входящих в околополитический нарратив, и о реализации в них эссеистической манеры письма. «Эссе держится как целое именно энергией взаимных переходов, мгновенных переключений из образного ряда в понятийный, из отвлеченного — в бытовой» [Эпштейн 1987: 126]. Примером может служить переключение из бытового (ситуация с обручальным кольцом) в отвлеченный (информация о роли супругов в предвыборной кампании) ряд в статье о Мелании Трамп, обеспечивающее текстовый синкретизм — сочетание общественно значимой и незначимой информации:

В 2005 году пара поженилась. Дональд всегда гордился своей бережливостью и хвастался тем, что получил чрезвычайно дорогое обручальное кольцо с 50% скидкой (в обмен на рекламу ювелирной фирмы), а повар готовил для гостей бесплатно. С недавнего времени супруги президентов или кандидатов на этот пост начали служить в качестве «суррогатов» во время предвыборных кампаний (это название в

Америке широко используется и не считается оскорбительным). Кандидат в президенты просто физически не может постыть во все города страны. Поэтому вместо него на агитационных мероприятиях часто выступают вторые половинки, родственники или соратники. Чем более известная и уважаемая персона принимает на себя роль «суррогата», тем больше политических очков она добавляет своему кандидату. Мишель Обама, например, была одним из главных «суррогатов» Хиллари Клинтон на прошедшей предвыборной гонке (МК. РРЕ, 1-8.03. 2017).

В целом жанровый корпус и тематика околополитического нарратива в настоящее время расширяются — создатели подобных текстов стараются не упустить ни одной интересной детали из жизни политика и его окружения и воплотить ее посредством разнообразия форм.

Немного коснемся также околополитического нарратива в ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ. В качестве материала мы использовали подборку публикаций М. Вологжанина «27 колоритных фактов о Дональде Трампе» (http://www.maximonline.ru/longreads/get-smart/_article/donald-trump/).

Что касается жанровой идентификации текстов, входящих в эту подборку, то в наибольшей степени они соотносятся с такими жанрами, как *информационное сообщение* и *авторский комментарий* того или иного факта, *описание*, *биография*, *скандал* и *прогноз*.

1. ИНФОРМАЦИОННОЕ СООБЩЕНИЕ, реализующее различные функции (интенции).

А) Тексты с ведущей информационной интенцией:

- *Фамилия Трамп переводится как «козырь». Это обстоятельство Дональду всегда нравилось, и он часто каламбурил сам про себя на этот счет. А изначально она звучала как Трумф — так слово «козырь» будет по-немецки. В Америку фамилию привез из Ренланд-Пфальца дедушка Дональда.*

Темой данного текста являются собственно биографические сведения о Д. Трампе и этимология его фамилии. Характер интерпретации фактов можно назвать субъективно-авторским, потому что Д. Трампу приписывается авторское мнение: *Это обстоятельство Дональду всегда нравилось*. В тексте две речевые партии — автора и Д. Трампа: *Он часто каламбурил сам про себя на этот счет*. Речевая организация текста имитирует разговорную речь, с ее «неподготовленностью, непосредственностью общения и отсутствием между его участниками официальных отношений» [Солганик 1996: 112]. Есть и легкий юмор посредством ассоциаций: *козырь — козырный* — мнение Д. Трампа о самом себе.

Б) Текст с ведущей иронической интенцией:

- *Своей прическе, в отличие от жен, Трамп не изменял с высшей школы — это его фишка. Странно выкрашенная, актуальная, как панталоны со штрипками, побитая молью — это все не важно. Зато каждый в Америке при виде шерстистого козырька воскликнет: «Ба! Да это же Дональд Трамп!».*

Тема текста — прическа как особенность внешнего облика Д. Трампа, интенция текста — ироническая. Характер интерпретации — субъективно-авторский: трактовка фактов направлена на пробуждение ассоциаций типа «старомодный», «консервативный» (*прическа Трампа актуальна, как панталоны со штрипками, побитая молью*). Текст двухголосный, включает 2 речевые партии (автора и массы американцев). Речевая организация имеет лексические и синтаксические черты разговорной речи (*это его фишка: «Ба! Да это же Трамп!»*).

В) Тексты с ведущей развлекательной интенцией:

- *Дональд любит жениться на красивых моделях намного больше себя. Грех в общем понятный и простительный. Вот его жены в порядке убывания. Что характерно, первая и третья жены — славянки: чешка и словенка.*

Тема текста — личная информация о Д. Трампе, сведения о его браках. Заметим, что подобная информация является типичной для глянцевого журнала: «Ключевыми для глянцевого издания являются понятия «мужчина» и «женщина» — в социально-психологическом, а не в биологическом аспектах» [Потсар 2007: 73]. Характер интерпретации фактов — субъективно-авторский (*Грех в общем-то понятный и простительный*). Текст одноголосный (речевая партия принадлежит автору). Речевая организация близка к разговорному стилю — короткие предложения, более свободные, чем в книжной речи, словосочетания.

Г) Тексты с ведущей интерпретационной интенцией:

- *Сейчас разгорается дискуссия, насколько Дональд Трамп соответствует персонажу знаменитого бестселлера Стивена Кинга «Мертвая зона» — Грегу Стилсону. По книге, Стилсон — бывший коммивояжер, абсолютно беспринципный мерзавец, который использует свой талант продавца в предвыборной гонке и готовится привести мир к ядерной катастрофе. Сходство, и правда, велико, особенно в описании того, что Стилсон говорит, какой окружает себя охраной и как проводит митинги. Но не стоит забывать, что внешне политика в США, и правда, во многом похожа на работу хорошего коммивояжера, когда речь идет о публичных выступлениях. Тем не менее, параллель, конечно, выглядит пугающей.*

Тема текста — сопоставление Д. Трампа с героем книги С. Кинга. Интенция реализуется при сопоставлении Д. Трампа с Грегом Стилсоном (*параллель, конечно, выглядит пугающей*). Текст многоголосный — речевые партии автора, героя книги Кинга и безымянных участников дискуссии. Речевая организация текста близка к публицистическому стилю с аппликациями разговорных элементов (*Сходство, и правда, велико*).

- *Дональд Трамп написал пять популярных книг про бизнес. Их многие покупают, потому что данные слова написал в таком порядке самый настоящей миллиардер, а для книг про бизнес это кое-что да значит. Но, судя по всему, книги писались в основном литературными рабами, потому что получились вполне скучными. Зато лекции для студентов бизнес-школ у Трампа получаются отличные, многие университеты мечтают получить его курс. Он вообще человек звука и шоу, а не текста.*

Тема текста — литературное творчество Д. Трампа и его преподавательская деятельность. Интенция интерпретационно-информативная, направленная на трансляцию авторского мнения: *Он вообще человек звука, а не текста*. Характер интерпретации — субъективно-авторский (*книги... получились вполне скучными*). Текст многоголосный: речевые партии автора, покупателей книг Трампа, университетов, которые *мечтают заполучить его курс*. Речевая организация текста близка к публицистическому стилю с аппликациями разговорных элементов (*кое-что да значит*) и легким юмором (*данные слова написал в таком порядке самый настоящий миллиардер*).

Таким образом, представленные тексты отличаются: а) тематическим разнообразием, однако лишь косвенно затрагивают деятельность Д. Трампа как политика; б) реализуют 4 интенции (информационную, развлекательную, ироническую и интерпретационную) в разном соотношении; в) имеют субъективно-авторский характер интерпретации фактов; г) являются, скорее, многоголосными (отражают разные точки зрения); д) написаны в рамках публицистического стиля с аппликацией разговорных элементов.

Приведем примеры иных жанровых форм, вошедших в подборку М. Вологжанина:

2. СКАНДАЛ: *Один из самых громких скандалов предвыборной кампании Трампа случился первого марта в Кентукки. Тогда охрана политика — здоровые белые мужики в форме — побили чернокожую*

протестантку, пришедшую на митинг с плакатиком, обвинявшим Трампа в расизме.

3. ПРОГНОЗ: *Иммигранты и выходцы из Латинской Америки тоже не станут для Трампа лояльной аудиторией. Один из его гениальных планов — построить на границе с Мексикой гигантскую стену и вышвырнуть за нее всех нелегалов с их потомством, вне зависимости от того, где и когда их дети родились и имеют ли они гражданство.*

Подобные виды текста, как и те, которые бытуют в печатных СМИ, соотносимы, прежде всего, с жанровым корпусом изданий, ориентированных на «идеологию речевого поведения, сложившуюся в сфере разговорной речи. Это идеология речевого поведения повседневной бытовой жизни, где господствует межличностная неофициальная коммуникация» [Коньков 2007: 58].

С нашей точки зрения, ведущей интенцией текстов, входящих в состав околополитического нарратива, является гедонистическая. «Она имеет сложную природу и в разных соотношениях включает в себя информационную, ироническую, интерпретационную и развлекательную составляющие. Гедонистическая интенция направлена на то, чтобы тексты приносили удовольствие адресату, пробуждали его интерес не столько к политическому, сколько к изданию или Интернет-сайту... В целом, массив текстов, которые можно отнести к околополитическому нарративу, постоянно расширяется: околополитический нарратив возникает вокруг многих крупных политических фигур и событий и существует рядом с собственно политическим нарративом как оригинальный дискурсивный феномен» (Н. Б. Руженцева «Международный околополитический нарратив», 2017).

Хотелось бы подчеркнуть, что сложностью отличаются не только жанровые процессы в российских СМИ. Стремление усилить воздействующий эффект текста детерминирует и неоднозначность дискурсивных, когнитивных и прагматических процессов, которые в совокупности обеспечивают дальнейший уход от тривиальности формы и сложившегося за десятилетия канона печатных СМИ.

ГЛАВА 5

Российские печатные СМИ: дискурсивные процессы

5.1. Медиаполитический дискурс как гибридный феномен

Дискурсивные процессы в современных СМИ тесно связаны с синкретичным характером медиаполитического дискурса. Под дискурсом СМИ принято понимать «такое дискурсивное пространство, в котором одновременно циркулируют разные, в том числе взаимоисключающие, мнения и транслируются, явным или скрытым способом разные ценностно-нормативные, политические, профессиональные ориентиры» [Енина, Ильина, Каблуков, Чепкина 2017: 97]. В свою очередь, «медиадискурс мыслится как любой вид дискурса, реализуемый в поле массовой коммуникации, продуцируемый СМИ. Так, можно говорить о политическом, религиозном, педагогическом и прочих медиадискурсах» [Кожемякин [http](#)]. Т. Г. Добросклонская определяет медиадискурс как «функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская 2015: 45-56].

Активное взаимодействие медиа и политики обусловлено тем, что «СМИ вовлекаются в процесс создания, распределения и отправления социально-политической власти в медиатизированном обществе» [Бодрунова 2015: 9]. Сказанное явилось причиной возникновения и широкого бытования термина «политический медиадискурс», синонимом которого являются терминологические сочетания «политический дискурс СМИ», «медиаполитический дискурс», «медийно-политический дискурс», «медийный вариант политического дискурса», обозначающие органичное взаимодействие двух разных дискурсов — политического и медийного. С точки зрения Т. Н. Лобановой, «политический дискурс СМИ представляет собой коммуникативную область наложения политического дискурса и дискурса СМИ» [Лобанова 2011: 91]. В свою очередь, К. В. Никитина определяет «политический дискурс СМИ как «сложное коммуникативное явление, имеющее своей целью борьбу за власть посредством формирования общественного мнения, включающее текст как вербализованный результат речи, контекст — ситуативный и социокультурный, а также специальные язы-

ковые средства, отвечающие целям и задачам дискурса» [Никитина 2006: 16].

«Данный вид дискурса является комбинированным и потому, что, во-первых, он относится и к дискурсу политиков, который транслируется посредством СМИ (парламентские дебаты, пресс-конференции), и к дискурсу журналистов, беседующих с политиками (различного рода интервью), и к дискурсу журналистов, пишущих или рассказывающих о политике в СМИ (репортаж, комментарий). Вторых, и политический, и медийный институты характеризуются своими жанрами и речевыми событиями, через которые они осуществляют свои функции. Следовательно, некоторые политические события могут проходить независимо от СМИ, например парламентские дебаты, отчеты каких-либо политических комитетов и т.д. Другие же организуются представителями СМИ и/или политической системы (обращение президента к гражданам, пресс-конференции, интервью и т.п.» [Тихонова 2011: 308].

В свою очередь, мы считаем, что комбинированный (гибридный) характер медиаполитического дискурса достигается пересечением политического дискурса с дискурсом СМИ по трем направлениям: «а) по прагматическому основанию (однотипность стратегий и тактических схем; б) по жанровому основанию (жанровый репертуар медиаполитического дискурса представляют первичные публицистические жанры, лежащие в основе их модифицированных вариантов); в) по интенциональному основанию (ведущей функции воздействия в обоих дискурсах) [Руженцева, 2016]. Приведем мнения, подтверждающие мысль о пересекаемости этих дискурсов (подробнее см. в статье Н. Б. Руженцевой «Гибридность как дискурсивный феномен: к вопросу о стратегическом блокировании нежелательных политических представлений», 2016).

А. Д. Кривоносов приводит факты пересечения политического и публицистического дискурсов на примере медиатекстов, входящих в дискурс связей с общественностью, ср.: «В центре внимания политического интервью находится социально значимая персона — политик, деятель бизнеса и культуры» [Кривоносов 2002: 24].

Об интенциональном сходстве политического и публицистического дискурса (воздействующей функции) свидетельствует и высказывание В. З. Демьянкова: «... Цель политического дискурса — не останавливаться на положении дел... а дать массам основу для изменения убеждений и побудить их к действию. На фоне такой цели и оценивается эффективность политического дискурса» [Демьянков 2012: 104].

В целом можно утверждать, что в политическом дискурсе заложена способность пересекаться с иными (не только с дискурсом СМИ) дискурсивными форматами. Совмещаясь с другими дискурсами, политический дискурс образует полидискурсивное (гибридное) произведение речи.

5.2. Стратегии медиаполитического дискурса

Коммуникативные стратегии являются одним из системообразующих элементов дискурса, ср.: «При анализе дискурса предлагается охарактеризовать его типовых участников, цели, ценности, стратегии, жанры, прецедентные тексты и дискурсивные феномены» [Карасик 2002: 209]. В свою очередь, Н. Н. Клушина устанавливает корреляцию между типами публицистических текстов и коммуникативными стратегиями, релевантными для формирования общественного мнения в СМИ: « Именно эти разнонаправленные стратегии лежат в основе типологического деления публицистических текстов на тексты оппозиционные (доминирование стратегии дискредитации), комплиментарные (с ярко выраженной апологетической стратегией) и нейтральные (с невыраженной стратегией в информационном пространстве массовой коммуникации или же с имплицитной, тщательно вуалированной одной из стратегий в публицистическом пространстве медиадискурса)» [Клушина 2012: 271]. С нашей точки зрения, ведущими коммуникативными стратегиями медиаполитического дискурса, за исключением невыраженной стратегии в информационных сообщениях, являются: стратегия дискредитации, апологетическая стратегия, стратегия редукционизма и риторическая стратегия. Попробуем охарактеризовать каждую из стратегических разновидностей, реализованную различными способами (журналистскими указаниями на действия властных структур; речевыми и риторическими приемами; редукцией текста и др.).

5.2.1. ДИСКРЕДИТИРУЮЩАЯ СТРАТЕГИЯ (ДИСКУРС ВЛАСТИ)

В настоящее время существует целый ряд работ, посвященных дискурсу власти и его отражению в системе СМИ и сделанных с разных методологических позиций. Так, А. П. Чудинов выделил ряд свойств политической коммуникации, имеющих непосредственное отношение к дискурсу власти. Это «ритуальность и информативность, эзотеричность и общедоступность, редукционизм и полнота изложения, стандартность и экспрессивность, институциональность и персональность, агрессивность и толерантность, скрытая и явная оценочность, интертекстуальность и особый характер авторства», которые

«создают необходимые условия манипулирования сознанием и деятельностью адресата» [Чудинов 2006: 71]. В свою очередь, мы попытаемся выделить те свойства дискурса власти, которые в настоящее время подвергаются дискредитации со стороны СМИ и оцениваются негативно (подробнее см. статью Н. Б. Руженцевой «Дискурс власти в зеркале современных СМИ»). Ждя этого приведем факты журналистской дискредитации современного дискурса власти в виде указаний на речевые действия представителей власти (выделены заглавными буквами).

1. Указания на оскорбления при коммуникации «власть — народ»:

- *В августе в интернет попала запись слов пресс-секретаря губернатора Иркутской области Ирины Алашкевич, которая якобы КОММЕНТИРОВАЛА встречу президента страны с пострадавшими от наводнения: «Он приехал туда на полчаса. Люди, вся эта бичевня, пришли — вы бы видели, как они одеты»... Когда скандальная история докатилась до президента, он назвал даму «непорядочным человеком» (АИФ № 40, 2019).*

2. Указания на оскорбления при коммуникации «власть-власть»:

- *Дональд Трамп и ранее удостоивался от президента Ирана Хасана Роухани ПРОЗВИЩА «идиот». «Выжившим из ума стариком-маразматиком» НАЗЫВАЛ Трампа (еще до встречи) и лидер КНДР Ким Чен Ын. А Николас Мандуро ОБОЗВАЛ Трампа «новым Гитлером»... (АИФ № 27, 2019).*

3. Указания на апелляции властных структур к скомпрометировавшим себя источникам:

- *Демократическая партия США, которая вот-вот схарчит президента Дональда Трампа, — это Интернационал класса люкс. Вся их РИТОРИКА ПОСТРОЕНА на борьбе с произволом корпораций, которые и так платят в виде налогов больше половины прибыли. Словно прожженные коммунисты, демократы ПРЕДЛАГАЮТ бороться не с бедностью, а с неравенством, не создавать людям стимулы зарабатывать, а взять деньги из тумбочки и всем раздать (АН № 35(729), 09. 09. 2020).*

4. Указания на беспредметную нереферентную речь или речь со слабой степенью референции (болтовню, трескотню):

- *... Расшалившиеся чиновники ВЫДАВАЛИ что-то совсем уж антинародное. Типа диких тарифов на медосмотр для водителей (МК РРЕ, 19-26. 02. 2020).*

5. Указания на эзотеричность высказывания:

Всю прошедшую неделю представители верхнего мира ВЫВОРАЧИВАЛИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ НАИЗНАНКУ: им про Фому,

они — про Ерему. Народ ГОВОРИТ правильные слова, и чиновники ГОВОРЯТ правильные слова. И вроде об одном и том же, а такое ощущение, что на разных языках (МК. РРЕ., 26.02 — 4.03. 2020).

6. Указания на неопределенность высказывания:

- **НАПИСАНО** так: Современный этап развития России требует максимального вовлечения потенциала культуры в процессы общественного прогресса.

Если прочесть быстро и не задумываясь, то все хорошо. А начнешь смаковать — возникнут вопросы, Что это за этап, который чего-то требует? (У кого требует — не сказано). Что такое «современный этап развития России?» Спросите кого хотите — ответом будет страдальческий взгляд или вопль, или спрошенный скорчит такую рожу, что вам станет стыдно. Поверьте, ответа на этот вопрос не существует... Но ведь это не все.

Этап требует чего? Максимального вовлечения. Вовлечение чего? потенциала культуры. Вовлечение куда? В процессы прогресса. Вы где-нибудь видели потенциал культуры? Вам понятен процесс общественного прогресса? (МК. РРЕ, 29.05-5.06 2019).

- Рассыпаются в труху важные государственные документы, как только пытаешься в них разобраться (МК. РРЕ, 29.05- 05.06. 2019).

7. Провокативность — указание на «наличие триггеров («спусковых крючков»), т.е. высказываний, невольно провоцирующих спонтанную, чаще всего негативную реакцию общественности» [Руженцева 2020].

- Еще круче **ВЫСТУПИЛ** депутат Волгоградской облдумы, экс-глава регионального «Газпрома» Гасан Набиев. Он **ЗАЯВИЛ**, что маленькие пенсии по 7-8 тыс рублей получают исключительно «тунельщики и алкаши», а у тех, кто работал нормально, -20-25 тысяч и больше» (АИФ № 40, 2019).

8. Указания на прямое давление, попытки запугать:

- Когда приехали чиновники из местного Курганского департамента Минобра, первым делом, как водится, **ПОПЫТАЛИСЬ ДАВИТЬ** и **БРАТЬ НА ИСПУГ**. Помимо прочего **ЗАЯВИЛИ**, мол, вы все врете, по всем цифрам зарплаты учителей в регионе давно, как велено указами, доросли до средних. На это получили в ответ коронную фразу: «Один ест мясо, другой — капусту. Вот и выходит, что в среднем все повально лопают голубцы» (АН № 37 (681), 25. 09. 2019).

- В ответ на требования назревших перемен она (власть) все чаще наказывает граждан: ограничивает права свободного общения и

свободного высказывания претензий. А в последнее время и ПУГАЕТ насильем (АИФ № 38, 2019).

9. Указания на лакировку действительности:

- Как в таких обстоятельствах строить отношения с народом? ПРОДОЛЖАТЬ ИГРАТЬ в сталинское «жить стало лучше, жить стало веселей», замалчивать проблемы, ПУДРИТЬ МОЗГИ при помощи веселенького телевидения и послушной статистики? (АИФ № 38, 2019).

10. Указания на замалчивание проблем или на их преуменьшение:

- ЗАМАЛЧИВАЛИСЬ трагические итоги раскулачивания, коллективизации, сталинских политических репрессий. Мало кто в стране знал о существовании ГУЛАГа и о массовом использовании труда заключенных. Долго ЗАНИЖАЛИСЬ цифры потерь солдат и мирного населения во время войны 1941-1945 гг. (АИФ № 8, 2020).

11. Указания на нежелание власти объяснять логику действий или на оправдания властных структур:

- Наши верхи часто НЕ ЖЕЛАЮТ ИЛИ НЕ УМЕЮТ ОБЪЯСНЯТЬ людям логику своих действий. Как, например, в недавнем случае со списанием миллиардных долгов стран Африки. Лишь через несколько дней, осознав, что «невиданная щедрость» воспринята бедными слоями населения весьма негативно и может повлиять на рейтинги власти, ее представители опомнились и ПРИНЯЛИСЬ ВНУШАТЬ гражданам, что те все не так поняли: что это, дескать, старые долги, которые все равно никто бы не вернул. И что этот шаг открывает России новые возможности в Африке (АИФ № 45, 2019)

12. Указания на эвфемистичность высказываний:

- Несмотря на то, что на проблему бедности социологи указывали уже несколько лет, до верхов она доходила с большим трудом... Народное недовольство СГЛАЖИВАЛИ РАЗГОВОРАМИ о «социальном государстве», о стабильности, о «вставании с колен». Народ всю эту пропагандистскую фальшь видел, обижался, но помалкивал (АИФ № 4, 2020).

- На днях на заседании правительства новый премьер Михаил Мишустин потребовал от министров (соответственно и от других высших чиновников) «НЕ ДАВАТЬ НЕОБОСНОВАННЫХ ОБЕЩАНИЙ». Если перевести его слова на народный язык, то его требование звучит так: «ХВАТИТ ВРАТЬ» (АИФ № 8, 2020).

13. Указания на косвенную передачу информации, вскрытие истинного положения дел:

Когда я работал в Белом доме, все ходили под мост, к таксистам, купить водку. Когда навели порядок, водку у таксистов купить

стало нельзя. Видимо, нынешние специалисты заменили водку галлюциногенными грибочками. Отсюда в их сознании появляются такие перлы, как «отрицательный рост». Сазать прямо — «снижение» — им, видимо, страшно. Вот и придумывают свой язык, на котором, как они думают, все всё выглядит прекрасно. Думают, если сказать не «снижение», а «отрицательный рост» — никто не поймет, что всё падает (АН № 24 (718), 2020).

14. Расширение жанрового корпуса дискурса власти (введение жанровых форм обиходно-бытовой речи: слухов, допущений, снижающих позитивное отношение к сообщению):

- *В итоге картины протестов (во Франции. — Н. Р.) только расшевелили народное воображение... А тут еще сразу после Нового года ПОШЛИ СЛУХИ о подорожании черного хлеба. А ведь буханка черного — один из символов народного счастья. Судя по УТЕЧКАМ из Кремля, там обеспокоены...* (АИФ № 4, 2020).

15. Указания на манипуляции с политической и неполитической информацией:

Мы имеем дело с информационной войной. На чем она строится? На логической ошибке... НАМ ГОВОРЯТ, что это эпидемия, может быть, пандемия, хотя это всего лишь вспышка. Для чего? Для того чтобы на этом встроить определенные манипуляционные процессы. И мы видим, что МАНИПУЛЯЦИЕЙ СО СЛОВОМ «ЭПИДЕМИЯ» пользуется все больше и больше стран (АН № 5 (688), 12-16. 02. 2020).

16. Указания на ложь:

- *Это, кстати, отличная идея для всех чиновников: чтобы вас постоянно НЕ ЛОВИЛИ НА ВРАНЬЕ, лучше вообще ничего не говорить. Ну, или ГОВОРИТЬ, как в материалах XXV съезда КПСС — масштабные планы, всенародная поддержка, судьбоносные решения* (МК РРЕ, 26. 02 — 4. 03 2020).

- *По сути, большую часть XX в. страна прожила в системе БОЛЬШОЙ ЛЖИ. Сколько фальшивых романов, стихов и песен, ПРОСЛАВЛЯЮЩИХ партию, правительство и вождей («Ленин — это весны цветенье», «Партия — наш рулевой») было написано в советский период, сколько снято «свадебных» фильмов* (АИФ № 8, 2020).

17. Указания на конвенциональность (наличие негласных договоренностей, скрытой цензуры):

Есть немало примеров (в том числе и в демократических государствах), когда власть и оппозиция ДОГОВАРИВАЮТСЯ (разумеется, негласно) о допустимых пределах вранья, МОТИВИРУЯ это инте-

ресами сохранения стабильности и общественного спокойствия. Это как бы скрытая форма цензуры: прямых ЗАПРЕТОВ на ту или иную информацию нет, но обществу ВЫДАЕТСЯ дозированная часть правды (АИФ № 8, 2020).

18. Указания на некорректную форму высказываний представителей власти в целом:

Еще в конце 2018 года Дмитрий Медведев ПРИЗВАЛ всех чиновников «включить мозги», прежде чем делать какие-либо заявления. А тех, кто ПРОДОЛЖИТ ВЕСТИ СЕБЯ ВЫЗЫВАЮЩИМ ОБРАЗОМ, можно, ПО СЛОВАМ ПРЕМЬЕРА, и к ответственности привлекать (АИФ № 40, 2019).

19. Указания на контексты самодискредитации в речи представителей власти:

Под конец недели появлением на арене (информационной) порадовал Дмитрий Рогозин. Он УДИВИЛСЯ тому, что возглавляемая им корпорация завершила год без единой аварии: «Для нас это очень важный результат. Таких аварий раньше было много, теперь, КАК НИ СТРАННО, в 2019 году мы единственные вышли без аварий. И действительно — УДИВИТЕЛЬНО. Старались, старались, а аварий, «КАК НИ СТРАННО», нет (МК. РРЕ, 26.02 — 4. 03. 2020).

Приведенный материал свидетельствует, на наш взгляд, о том, что наиболее негативно СМИ оценивают такие свойства политической коммуникации, как агрессивность, ложь, манипулятивность, беспредметную, нереферентную речь (болтовню, пустословие), эзотеричность высказывания (смысл понятен лишь самому адресанту или специалисту), попытки давления на адресата, замалчивание проблем, лакировку действительности, эвфемизацию речи, а также неопределенность, некорректность и провокативность высказываний. Меньшую степень негативной оценочности мы наблюдали при интерпретации СМИ таких свойств политической коммуникации, как конвенциональность, косвенная передача политической информации, апелляции к скомпрометировавшим себя источникам, нежелание власти объяснять свои действия, полидискурсивность (проникновение жанров обиходно-бытового общения в жанровый корпус дискурса власти).

Результатом дискредитации дискурса власти является, во-первых, **девальвация обещаний власти и утрата доверия к ней:**

● *Начиная с Хрущева все ГОВОРИЛИ БЕЗ УМОЛКУ. Цена слов и обещаний, вылетающих из кабинета Кремля, все больше девальвировалась (АИФ № 8, 2020).*

● *Все, кто жил в 1990-е, думаю, согласятся со мной... Царили жадность, вероломство, безответственность, называвшиеся «уме-*

нием жить». Ельцин рыдаючи ОБЕЩАЛ «лечь на рельсы», если от реформ людям станет хуже. И что? Народ нищал, вымирал, рылся по помойкам. Семья тем временем неприлично богатела, а президент постоянно ложился, но не на рельсы, а под капельницу после нечеловеческих запоев (АИФ № 42, 2019).

Во-вторых, это девальвация (а также исчезновение из активного употребления) слов, принадлежащих к тематическим полям «этика/мораль», «патриотизм»:

Мало кто обращал тогда (в 1997 г. — Н. Р.) внимание, что слова «справедливость», «совесть», «порядочность», «патриотизм» совершенно исчезли из лексикона журналистов, политиков, мастеров культуры. Да и обывателей, ставших избирателями (АИФ-УРАЛ № 42, 2019).

В-третьих, это уход от официальной пропаганды к другим источникам информации:

У молодежи степень бегства от официоза еще выше. Она черпает новости и суждения из социальных сетей, в блогах и мессенджерах. Сказать, что там господствует правда и ничего, кроме правды, было бы слишком смело. Неразберихи, путаницы, игры и фальшивых новостей там выше головы. Но сам факт бегства населения от официальной пропаганды налицо (АИФ № 8, 2020).

Перейдем к коммуникативной стратегии с противоположным оценочным полюсом.

5.2.2. АПОЛОГЕТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ В ДИСКУРСЕ ПЕЧАТНЫХ СМИ (ПОРТРЕТ ПОЛИТИКА)

Апологетика (восхваление чего-либо) в СМИ восходит к такой разновидности ораторики, как эпидейктическая речь. Особенности последней являются: прямой призыв к чувствам, обращение к эмоциональной сфере; направленность обращения к традиционным ценностям, к этическим законам и нормам; прославление нравственных качеств человека (мужества, справедливости, бескорыстности, честности и т. д.).

Апологетическая стратегия в дискурсе СМИ имеет целью «игру на повышение», прежде всего, по отношению к лицу, о котором в тексте идет речь. Транслируя читателю созданный автором образ мира (лица), журналист чаще всего использует комплексный способ воздействия на читателя. Он прибегает не только к доказательству своего мнения, но и к убеждению или уверению, воздействию и на рациональную, и на эмоциональную сферу адресата. Однако индивидуальная реакция на убеждение/уверение является различной, поэтому реализа-

ция запланированного эффекта речевого воздействия требует от автора разнообразных способов трансляции своей точки зрения, ср., например, мнение Е. Н. Зарецкой: «Человеческое сознание индивидуально реагирует на убеждение, поэтому способов убеждения в идеале должно быть столько, сколько людей, на которых направлено доказательство» [Зарецкая 1998: 387]. В свою очередь, при реализации апологетической стратегии убеждение направлено на достижение мелиоративного (возвеличительного) эффекта, положительного экспрессивно-эмоционального впечатления.

Попытаемся охарактеризовать речевые способы реализации апологетической стратегии на материале текста-рецензии на фильм об известном государственном деятеле А. И. Микояне, входящий в документальный сериал о российских политиках XX века *Менеджер и дипломат страны Советов* (АН № 37 (681), 25. 09. 2019).

Указанная рецензия может, с нашей точки зрения, считаться разновидностью политического портрета. Художественная (или публицистическая) рецензия рассматривает произведения художественной литературы и искусства или публицистику: «Главное назначение рецензии — помочь читателю или зрителю глубже разобраться в вопросах политики, экономики, науки, техники, искусства» [Грабельников 2004: 228]. В свою очередь, рецензия на информацию о политике имеет целью трансляцию авторской точки зрения и формирование читательского мнения. Приведем структурно-содержательную организацию рецензии на фильм об А. Микояне и способы достижения мелиоративного эффекта, реализованные в ее тексте (подробнее о политическом портрете-рецензии см. в коллективной монографии Н. Б. Руженцевой, Е. А. Нахимовой, М. В. Никифоровой «Лингвополитическая персонология: коммуникативные портреты», 2020)

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ЧИТАТЕЛЮ:

По Первому каналу с успехом идет документальный сериал «Страна Советов. Забытые вожди». Уже сейчас можно признать — сериал удался. Отдельно стоит упомянуть серию об Анастасе Микояне.

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ПОЛИТИКА ЧИТАТЕЛЮ:

Дело даже не в том, что копродюсером серии выступает внук Анастаса Ивановича, друг нашей редакции, известный музыкант и продюсер Стас Намин, Дело в самой личности героя фильма. Это политический долгожитель, начавший свою карьеру при Ленине, а в отставку вышедший при Брежнев. Про него даже поговорку придума-

ли: — «от Ильича до Ильича без инфаркта и паралича». Именно он может олицетворять название сериала — «Забывтые вожди».

В самом деле, героев других серий — Буденного, Фрунзе... Ворошилова и многих других — никак нельзя назвать забытыми. Их имена на слуху до сих пор, и в сериале только раскрываются неизвестные страницы их судеб. Анастас Микоян долго оставался в тени истории.

И это совершенно несправедливо. Фигура Микояна абсолютно эпохального масштаба. Его биография не овеяна пороховым дымом боевых подвигов, в ней нет сабельных атак и грохота пушек. А народная слава любит как раз героический блеск. А вот истинные, незаметные герои, своим трудом обеспечившие победы, этой самой славы и признания зачастую бывают лишены. Таким был и Анастас Микоян.

Мелиоративный эффект («игра на повышение») достигается посредством оппозиции «героический блеск» — «истинные, незаметные герои» и апологетизмов (оценочных определений, реализующих мелиоративную интенцию автора: *политический долгожитель, фигура Микояна абсолютно эпохального масштаба*).

ИНФОРМАЦИЯ О ПРОИЗВЕДЕНИИ:

Фильм подробно и последовательно, насколько позволяет формат, рассказывает о роли скромного «менеджера Советов» в тех великих победах, что одержал Советский Союз и в военных сражениях, и в политических баталиях, и в поистине невероятных успехах промышленности. На веку Микояна ее пришлось дважды поднимать из руин разрухи после Гражданской и Великой Отечественной войн. Не меньшим успехом можно считать и переведение гражданской промышленности на военные рельсы и мобилизацию всех доступных и недоступных ресурсов в годы войны.

Мелиоративный эффект достигается посредством оппозиции: «скромный менеджер Советов» — «великие победы, что одержал Советский Союз».

ОЦЕНКА ПОЛИТИКА:

Может быть, именно в этом беззаветном служении на благо государства и есть секрет его политического долгожительства. Он успешно реализовывал все, за что брался, даже с виду непосильное.

Мелиоративный эффект достигается повтором ключевого выражения «политический долгожитель» и оценочными выражениями: «беззаветное служение», «успешно реализовал».

БИОГРАФИЧЕСКИЕ СВЕДЕНИЯ ОБ А. МИКОЯНЕ:

Начинался путь блестящего дипломата и величайшего организатора совсем не безоблачно. Бедная семья в нищем горном армянском селе, две козы — вот и все хозяйство. Читать мальчика научил монах в соседнем монастыре. В десять лет Анастас сам сдал экзамен в Тифлисскую армянскую семинарию и отправился на учебу. Иного пути получить хоть какое-то образование не было. Во время учебы он читал жадно, запоем, все, до чего мог дотянуться. Там он выучил азербайджанский, грузинский, русский и даже немецкий языки, там познакомился с трудами российских и западных демократов. В подлиннике читал Маркса. Идея всеобщей справедливости овладела его умом и уже больше никогда не отпускала.. Еще студентом он записался в армянскую добровольную дружину и год воевал на турецком фронте, участвовал в кровопролитных сражениях. К тому же активно принимал участие в вооруженном освобождении бакинских комиссаров и вывозе их в Красноводск...

Мелиоративный эффект достигается посредством: определений с высшей степенью позитивной оценки (*блестящий дипломат, величайший организатор промышленности*) и динамичности повествования: от мальчика из бедного армянского села к величайшему организатору промышленности.

БИОГРАФИЧЕСКИЕ СВЕДЕНИЯ О СЕМЬЕ А. МИКОЯНА:

Там же мы узнаем о трагедиях в семье Микоянов. Как и многие сыновья тогдашних вождей, его сыновья не прятались от войны, а воевали наравне со всем народом. Степан и Алексей Микояны были боевыми летчиками и прошли всю войну. А Володю после ускоренного выпуска решили на фронт не брать из-за возраста и недостаточной подготовки. Тогда в первый и последний раз Анастас Оганесович поддавался на просьбы родных и подключил свое влияние. В итоге Владимира взяли в армию. Через два месяца он погиб под Сталинградом. Ему было 18 лет.

Мелиоративный эффект достигается оппозицией: (*сыновья А. Микояна. — Н. Р.*) «не прятались от войны, а воевали наравне со всем народом».

НЕИЗВЕСТНЫЕ ФАКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ А. МИКОЯНА:

- Многие ли, например, знают, что ключевая роль в мирном разрешении Карибского кризиса принадлежит не великому дипломату Алексею Косыгину, а именно Анастасу Микояну. Несмотря на то, что именно тогда умерла его горячо любимая жена Аишен, он лично

встречался с Кеннеди и Фиделем Кастро и находил точки соприкосновения. Здесь и его вклад, что Карибский кризис не перешел в полноценную войну.

- *А знаете ли вы, что создание известнейшей кулинарной книги СССР «О вкусной и здоровой пище» было инициировано именно Микояном?*

- *А что Микоян единственный, кто возразил Сталину, когда решался вопрос о депортации чеченцев и ингушей, за что и попал в опалу? Именно он инициировал их возвращение после смерти вождя.*

- *И что именно Микояна после смерти Сталина в первую очередь рассматривали на пост Генерального секретаря Коммунистической партии Советского Союза?*

Мелиоративный эффект достигается посредством объективизации — цепочки вопросов (*Многие ли, например, знают?...; А знаете ли вы?...? А что Микоян?...? И что именно Микояна?...*), на которые автор отвечает сам, приводя факты, характеризующие А. Микояна как человека умного, мужественного, пользующегося огромным авторитетом среди советских политических деятелей.

ОБЩАЯ ОЦЕНКА серии об А. Микояне и самого политика:

А мы бы хотели поздравить и поблагодарить Стаса Намина и компанию Star Media за высокопрофессиональную работу. Его знаменитый дед — пример для подражания не только для рядовых граждан страны, но и для наших высших руководителей.

Мелиоративный эффект реализуется не только в отношении А. Микояна (*знаменитый дед, пример для подражания*), но и его внука Стаса Намина, который активно участвовал в создании фильма о знаменитом советском политике (*высокопрофессиональная работа*).

5.2.3. СТРАТЕГИЯ РЕДУКЦИОНИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Стратегия редукционизма опирается на категорию редукции. В политическом дискурсе под редукцией понимается «переход на уровень обыденного сознания, предполагаемый у адресата» [Миронова 2003: 9]. В дискурсе СМИ редукция, с нашей точки зрения, связана с примитивизацией (упрощением) текста, ср.: «Примитивизация на уровне организации текста направлена на адаптацию информационного материала. В этом контексте рассматриваются лексико-стилистические и синтаксические показатели преднамеренного упрощения. Примитивизация — это скорее формальная, чем смысловая обработка ин-

формации при материализации ее в тексте, используемая целиком с ориентацией на фактор адресата» [Там же: 20].

Попытаемся проиллюстрировать редукцию на примере такого жанра, как характеристика политика.

Характеристика — это «описание характерных, отличительных качеств, свойств, достоинств кого-, чего-н» [Словарь русского языка под ред. С. И. Ожегова 2007].

«Инвариантной темой речевого жанра характеристики являются качества, свойства, черты, достоинства человека/предмета. структура характеристики — это описание, и в первую очередь — атрибуция. цель характеристики человека — не просто представить качества, черты, достоинства, а выделить его из массы людей, индивидуализировать его свойства, качества.

В свою очередь, темой политического портрета-характеристики является совокупность личностных черт, необходимых для занятия общественно-политической деятельностью.

Структура — текст-рассуждение, в котором доказывается позитивно- или негативно-оценочный эксплицитованный или имплицитный тезис (мнение о политике).

Стиль — публицистический, с элементами разговорного.

Авторизация дискурса проявляется, прежде всего, в коммуникативно-прагматической организации характеристики.

Автор текста — всегда конкретный журналист, а также другой политик, общественный деятель, доверенное лицо, крупный ученый, военачальник и т.д. В любом случае — анонимность адресанта для таких текстов исключена» [Руженцева, Нахимова, Никифорова 2020: 72—73].

В тексте развернутой характеристики «авторская позиция заключается в выборе аспекта, в рамках которого характеризуется личность политика, в формулировке тезиса-суждения, в подборе аргументов и средств выражения оценки. Креативность журналиста и индивидуально-авторская манера письма проявляются в характеристиках в полной мере: широко используются иножанровые вставки, прием стилизации, выделительно-ограничительные конструкции. Тексты портретов-характеристик обладают высокой степенью пафосности, то есть отражают мирозерцательные эмоции, сопряженные с личностными ориентациями как автора текста, так и политика» [Там же: 73].

В свою очередь, самый простой вариант редуцированного портрета-характеристики — это текст с четкой логической структурой. Система тезисов включает именование политика и его атрибуцию (профессиональные и личные качества). Далее приводятся аргументы для

обоснования тезиса (фактологические или эмоциональные). Приведем редуцированный портрет-характеристику М. Мишустина:

ЗАГОЛОВОК: *Эффективный, цифровой, порядочный*

ПОДЗАГОЛОВОК: *Семь профессиональных и личных качеств нового главы правительства*

1. *Мишустин — эффективный.*

И это не умозрительное заключение. Это цифровой (запомните это слово) факт. В 2009 году налоговики собрали в федеральный бюджет 2,5 трлн. рублей. В апреле 2010-го в ФНС назначили Мишустина. После этого сборы росли каждый год...

2. *Мишустин — цифровой.*

То есть современный технически подготовленный... Вся цифровая трансформация налоговой сферы — его рук дело.

3. *Мишустин — системный.*

Наверное, потому, что технарь. А именно этого сейчас не хватает нашей экономической политике: внятной стратегии и понятных инструментов для ее выполнения...

4. *Мишустин — справедливый.*

Жесткий, бескомпромиссный, требовательный, но справедливый. А еще у него репутация порядочного человека...

5. *Мишустин — экстраверт.*

Это видно по походке, жестикуляции и манере речи. Энергия так и прет...

6. *Мишустин — компанейский.*

Он умеет налаживать отношения со всеми...

7. *Мишустин — командный игрок.*

Он уважает субординацию. И не лезет не в свое дело... (КП Россия, 17. 01. 2020).

Редукции подлежит не только текст-характеристика, но и другие жанры в СМИ, например, жанр мини-портрета политика, о котором речь шла выше. В заключение приведем редуцированные варианты бесед (АИФ), которые сведены до двух реплик: реплики-стимула и реплики-реакции (последняя — в ироническом ключе):

• «МЕЙЛ ОН САНДИ», британская газета: *«Евгений Лебедев, которому Борис Джонсон в июле пожаловал пожизненное пэрство, должен получить из России подтверждение слову «Московский» в своем титуле».*

— *Был уже один «Московский», правда, не пэр, а князь, и не газетный магнат, а маршал Наполеона Мишель Ней. Расстреляли в 1815 (АИФ № 42, 2020).*

- Т. ЧЕРНИГОВСКАЯ, нейролингвист, — про бред политкорректности: *«Как быть с ДНК? Там же белок, а не чернок? Белые ночи будем переименовывать? Белые грибы?»*

— *Чапаев-то от политкорректности погиб. Пока ему объясняли, что на дивизию напали «эти, которые не черные», то уже штаб взяли (АИФ № 37, 2020).*

- Д. ТРАМП, действующий президент США, — об идее послать женщину на Марс: *«Кто сказал, пусть это будет Нэнси Пелоси?» Это прекрасно, это просто замечательно».*

— *Трамп — республиканец, а Пелоси возглавляет палату представителей, в которой большинство за демократами. Вот это большинство могло бы составить экипаж первой марсианской экспедиции в случае переизбрания Трампа на второй срок (АН № 45, 2020).*

С нашей точки зрения, стратегия редуccionизма детерминирована в текстах СМИ не только внутритекстовыми причинами — она коррелирует с определенными жанрами, например с жанром интервью. Основные причины ее распространения — закон экономии речевых средств и клиповое мышление, активно формирующееся в настоящее время под влиянием электронных СМИ.

5.2.4. РИТОРИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

«Риторическое направление исследования политических текстов в российских СМИ (если исходить из определения риторики как науки о речевом воздействии) тесно переплетается и с когнитивно-дискурсивным, и с лингвопрагматическим, и с лингвостилистическим направлениями, так как исследования, сделанные на указанной методологической базе, так или иначе касаются способов воздействия СМИ на личность» [Руженцева 2018: 50-51].

Мы разделяем точку зрения И. А. Анненковой на то, что риторика медиaprостранства — это особый, специфический тип риторики, нуждающийся в отдельном описании: «Риторика, описывающая медиадискурс и медиaprостранство, является особой дисциплиной, которую можно по аналогии с другими подобными вновь возникшими разделами лингвистики, назвать медиариторикой. И анализ медиaprостранства с ее позиций предполагает свою методологическую и терминологическую специфику. На наш взгляд, риторическое (или медиариторическое) осмысление медиадискурса и его ядра — дискурса политического, лежит в двух плоскостях: 1) выявление коммуникативных стратегий культуры, которые фокусируют в себе текстопорождающую и смыслообразующую цепочку «событие- факт — адресант — текст — адресат — картина мира»; 2) выявление тех приемов и прин-

ципов этого дискурса, которые формируют и конструируют его как убедительный, а значит, риторичный.

Оба плана тесно сплетены между собой и являются ключевыми в формировании риторической модальности текстов медиадискурса» [Аненникова 2012: 165-166].

Следствием сказанного является мысль о том, что все тактики, направленные на реализацию риторической стратегии, имеют убеждающую интенцию в качестве основной. Попытаемся проиллюстрировать реализацию в печатных СМИ полисемиотической тактики, предполагающей усиление убеждающего эффекта посредством корреляции двух семиотических рядов — вербального и визуального.

Говоря о взаимодействии между вербальной и невербальной составляющей сообщения, С. Д. Зауэрбир выделяет следующие соотношения: «1) параллельная корреляция, при которой содержание рисунка и вербальной части полностью совпадают; 2) комплиментарная — содержание невербальной и вербальной части частично перекрывают друг друга; 3) субститутивная — невербальная информация заменяет вербальную; 4) интерпретативная — между содержанием вербальной и невербальной частей нет прямых точек соприкосновения, и эта связь устанавливается на ассоциативной основе» [Цит. по: Ворошилова 2007].

Анализ материала печатных СМИ показывает, что убеждающий эффект детерминирован преобладанием первого и второго типа соотношений между вербальной и визуальной частями текста. Третий вид соотношений (без вербальной части) используется гораздо реже, а четвертый отсутствует за редкими исключениями. Проиллюстрируем сказанное на материале корреляции между заголовками статей в Экспресс газете, фотографиями и подписями к фотографиям.

1. Параллельная корреляция (совпадение семантики заголовка, фотографии и подписи к фотографии)

ЗАГОЛОВОК: *Мы русские! С нами Бог!*

ФОТОГРАФИЯ: *В. Путин и С. Шойгу в храме Воскресения Христов*

ПОДПИСЬ К ФОТОГРАФИИ: *Владимир Путин и Сергей Шойгу на открытии главного храма Вооруженных сил России — Воскресения Христова (ЭГ № 26(1323), 29.06. 2020).*

2. Параллельная корреляция

ЗАГОЛОВОК: *Болгарское восстание*

ФОТОГРАФИЯ-1: *Протестная демонстрация в Болгарии*

ПОДПИСЬ К ФОТОГРАФИИ: *Демонстранты бунтуют против опостылевшей прозападной власти* (ЭГ № 41(1338), 12. 10. 2020).

3. Комплиментарная корреляция (частичное совпадение содержания заголовка, фотографии и подписи к фотографии)

ЗАГОЛОВОК: *Болгарское восстание*

ФОТОГРАФИЯ-2: *Мемориал в память обороны Шипки*

ФОТОГРАФИЯ-3: *Изображение (картина) сражения на Шипке*

ПОДПИСЬ К ФОТОГРАФИИ: *Мемориал в память павших за освобождение Болгарии во время обороны перевала Шипка в Русско-турецкой войне 1877-1878 гг. Русские спасли болгар от турок, потом — от немцев. Придется, видимо, спасти и от американцев* (ЭГ № 41 (1338), 12.10. 2020).

4. Интерпретативная корреляция (связь между заголовком, фотографией и подписью может устанавливаться произвольно, в зависимости от фоновых знаний и предпочтений реципиента; как следствие — интерпретация фотографии вариативная)

ЗАГОЛОВОК: *Призрак картофельного майдана*

ФОТОГРАФИЯ: *Рукопожатие В. Путина и А. Лукашенко*

ПОДПИСЬ К ФОТОГРАФИИ: *Александр Лукашенко заручился поддержкой российского президента* (ЭГ № 27 (1342), 06. 07. 2020).

По нашим наблюдениям, возможны и случаи обратной корреляции (фотография и подпись под ней по смыслу противоречат заголовку публикации). Такие отношения между вербальным и визуальным рядом близки к контрадикторным отношениям, «когда изображение абсолютно противоречит смыслу статьи» [Сподарец 2015: 115], ср.:

ЗАГОЛОВОК: *Белорусы рубят сук, на котором сидят*

ФОТОГРАФИЯ: *Митинг, на котором протестующие несут плакаты с надписями: «Наша сила — в единстве народа»; «Пока мы едины, мы непобедимы»; «Беларусь не отдадим».*

ПОДПИСЬ К ФОТОГРАФИИ: *Митинг «за Лукашенко»: здоровые силы наконец проснулись и выступили за правду* (ЭГ № 34 (1331), 24. 08. 2020).

Случаи ослабленной семантической связи между элементами заголовочного комплекса и обратной корреляции между ними достаточно редки именно потому, что они противоречат необходимости убеждения адресата. Убеждение требует риторизации дискурса печатных СМИ посредством комплекса функционально однонаправленных средств речевого воздействия, имеющихся в распоряжении автора текста.

ГЛАВА 6

Российские печатные СМИ: когнитивные процессы и их отражение в текстообразовании. Феномен клипового мышления

Когнитивную специфику современных печатных СМИ сложно охарактеризовать вне ее стилистической специфики. Стилистические сдвиги газетного текста в сторону нового мышления активно проявились в перестроечный и постперестроечный период. Наиболее последовательно эти сдвиги описаны В. Г. Костомаровым [Костомаров 1999], который употребил для общей характеристики языковых процессов этого периода термин «либерализация», отметив особую «раскрепощенность» текстов. Со своей стороны мы попытаемся охарактеризовать когнитивные изменения начала XXI века, получившие отражение в стилистике СМИ. Исходя из этого мы употребляем термин «когнитивно-стилистические процессы», который отражает взаимодействие двух предметных областей и дает возможность установления корреляции между формой представления содержания текстов в СМИ и той или иной когнитивной установкой потребителя информации в России начала XXI века (более подробная характеристика указанных процессов представлена в статьях Н. Б. Руженцевой «Когнитивно-стилистические процессы в политическом нарративе популярных печатных СМИ», 2019 и «Клиповое мышление в политическом дискурсе: когнитивный вектор адаптации текста», 2017). К этим процессам, как было указано в главе 1, относятся прагматизация, виртуализация, демократизация, клиповое мышление (дискретность), диалогизация и плюрализация и сценичность. Подробнее остановимся на феномене клипового мышления и его текстовых репрезентациях в дискурсе печатных СМИ, который связан с современным предпочтением дискретного восприятия информации.

До начала 90-х гг. XX века когнитивные процессы читателей линейно организованного газетного текста отражают: собирательность, аналитичность, а также стереотипизированность (привычку к восприятию политической, экономической, социальной реальности через призму репертуара клише) мышления. Такой тип мышления можно с известной долей условности назвать системно-понятийным, детерминированным идеологическими установками. Как следствие, имели место: сбор дозированной и тенденциозно поданной СМИ информации; ограниченность её аналитически; стереотипы сознания,

замкнутого в рамках идеологем и стандартных форм. Однако с начала 90-х гг. XX века системное мышление подобного типа стало заменяться на так называемое «клиповое мышление», а организация текста по линейному принципу — нелинейной подачей информации. Клиповое мышление формировалось у потребителей информации сначала при восприятии текстов, соотносимых с иными форматами дискурса (постмодернистским, рекламным), а затем приобрело массовый характер и нашло широкое отражение в дискурсе СМИ.

Термин *clip* — английский, он может иметь значения «фрагмент», «отрывок», «вырезка». К причинам формирования у современного человека клипового стиля мышления традиционно относят: «ускорение темпов жизни и напрямую связанное с ним возрастание объема информационного потока...; вытекающую из ускорения темпов жизни потребность в большей актуализации информации и скорости ее поступления...; увеличение количества дел, которыми человек занимается одновременно...; рост демократии и диалогичности на разных уровнях социальной системы» [Фрумкин URL: <http://www.topos.ru/article/7371>]. Приведем некоторые определения и признаки феномена клипового мышления:

- «Клиповое мышление — это процесс отражения множества разнообразных свойств объектов без учета связи между ними, характеризующийся фрагментарностью информационного потока, алогичностью, полной разнородностью поступающей информации, высокой скоростью переключения между частями, фрагментами информации, отсутствием целостной картины восприятия окружающего мира» [Семеновских URL: <http://jarki.ru/wpress/2013/02/18/3208/>].

- «Клиповое мышление — это вектор в развитии отношений человека с информацией, который возник не вчера и исчезнет не завтра... Клиповое мышление — усиленное развитие навыка быстрого переключения за счет длительного сосредоточения... Родовыми чертами альтернативной культуры являются: высокая фрагментарность информационного потока, большое разнообразие и полная разнородность поступающей информации и навык быстрого переключения между фрагментами» [Фрумкин URL: <http://www.topos.ru/article/7371>].

- «Клип-мышлением называют восприятие мира через короткие отрывки информации, мало связанной (или вообще не связанной) между собой. Ключом к восприятию такой информации служит не слово или текст, а картинка, образ» [Что такое клиповое мышление? URL: <http://www.zoj.kz/populiarnie/psihologiya/2016-chto-takoe-klipovoe-myshlenie.html>].

Таким образом, основные признаки клипового мышления можно охарактеризовать как:

- « ● способность к восприятию большого или очень большого информационного потока;
- предпочтение упрощенной информации;
- предпочтение не целостного, а дискретного (фрагментарного, разорванного и разнородного) информационного потока;
- замена линейного мышления нелинейным;
- алогичность мышления;
- склонность к мыслительной обработке минимальных фрагментов информации;
- оперирование разрозненными фактами вне связи между ними (калейдоскопичность мышления);
- высокая скорость восприятия информации и переключения между ее фрагментами, динамичность мышления;
- склонность к визуальному (образному, наглядному) осмыслению мира;
- внеконтекстуальное восприятие фрагментов информации;
- прагматичность мышления» [Руженцева 2017].

Сказанное детерминирует необходимость ориентации современных СМИ на людей нового когнитивного стиля мышления, которые «выпадают из культуры, ориентированной на линейный текст» [Фрумкин URL: <http://www.topos.ru/article/7371>], воспринимающая мир не целостно (системно), а фрагментарно, упрощенно, образно. Как следствие — текстовый материал современных СМИ адаптируется к новому стилю мышления, а «клиповая» специфика восприятия и понимания информации реализуется и в печатных СМИ, и в текстах, размещенных на электронных носителях.

В качестве иллюстраций приведем приемы адаптации газетного текста к клиповому стилю мышления на примере медиатопика «Политика». Мы полагаем, что на уровне вербальной части политического текста клиповый эффект достигается рядом приемов текстообработки. К ним относятся:

- « ● увеличение разнообразия носителей политических текстов и фрагментарности подачи политической информации;
- выбор жанровых форм, обеспечивающих эффект переключения внимания, в том числе путем «перелистывания страниц» с меняющейся информацией;
- трансформация жанровых форм в сторону увеличения возможностей переключения внимания;

- «нарезка» массива политической информации на текстовые фрагменты, обеспечивающие новизну информации;
- тематические смены (калейдоскопичность, мозаичность, кадровость подачи информации, монтажный принцип ее компоновки);
- уход от линейной организации текста, переход к его объемной организации и минимизации (прежде всего — в заголовочных комплексах политических текстов);
- упрощенность информации и динамизм ее подачи» [Руженцева 2017].

Разумеется, далеко не все приемы клиповой подачи информации последовательно реализуются в каждом политическом тексте, однако их количество и репертуар постоянно увеличиваются. Попытаемся проиллюстрировать некоторые из них.

1. УВЕЛИЧЕНИЕ РАЗНООБРАЗИЯ НОСИТЕЛЕЙ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ, СОДЕРЖАНИЯ И ФОРМ ПОДАЧИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

В советское время основным носителем политического текста была газетно-журнальная продукция (пресса), а также радио и телевидение. В настоящее время резко возросла степень использования иных видов печатной (полиграфической) продукции — это листовки, буклеты, брошюры (например, брошюры, содержащие программы политического деятеля или партии), календари и др.). Привычным стало использование для трансляции политической информации Интернет-ресурса. В целом массив политической информации резко увеличился, а информация приобрела гораздо более личностный и разнообразный характер, чем в советское время. Ср., например, типовую подборку предвыборной информации на первой полосе газете «Социалистическая индустрия» от 7 мая 1977 г. № 107 (2395), которая включает 3 однообразные публикации: «*Огни агитпункта*» (сообщение собственного корреспондента из Витебска), «*Работает клуб избирателей*» (сообщение собственного корреспондента из Смоленска), «*Лекции, беседы, консультации*» (сообщение собственного корреспондента из Горького) — и современную подборку информации о деятельности только одного депутата Законодательного собрания Свердловской области А. Никифорове в газете «Добрые дела — людям» (февраль 2016), включающую рубрики «*Патриотизм*» (5 небольших публикаций), «*Как мы встречали День Победы*» (7 публикаций), «*Образова-*

ние» (6 публикаций), «*Наши дети*» (7 публикаций) «*ЖКХ*» (5 публикаций) «*Единая Россия*» (8 публикаций).

Содержание каждой рубрики указанной газеты, однако же, не эклектично — небольшие, легко воспринимаемые информационные сообщения МОНТИРУЮТСЯ в ее рамках под единым концептуальным углом и реализуют в целом одну из ведущих стратегий политического дискурса — «игру на повышение» по отношению к А. Никифорову. В настоящее время тенденция увеличения числа и разнообразия рубрик наблюдается не только в специализированных предвыборных изданиях, но и в большей части печатных СМИ. Так, в «*Экспресс газете*» политический дискурс соотносим с рубриками «*В курсе событий*», «*Дружба народов*», «*Политинформация*», «*СНГ на полочке*», «*На войне как на войне*», «*Назад в будущее*», «*Пятая колонна*», «*Крушение империи*», «*Так победим!*» и др., каждая из которых соотносится с одной или несколькими публикациями.

Текст ЭГ и других газет адаптирован к восприятию современно читателя, который в большинстве случаев отвык от чтения объемных линейных последовательностей моностилевой информации, зато получил возможность быстро просматривать рубрики, выделяя при этом значимые для себя сообщения.

2. ПЕРЕХОД ОТ ЛИНЕЙНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕКСТА СОВЕТСКОЙ ЭПОХИ К ЕГО ОБЪЕМНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И МИНИМИЗАЦИИ. ВОЗМОЖНОСТИ ЗАГОЛОВОЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ

Линейная организация текста детерминирована такой его категорией, как связность. «Текст — явление многослойное, что отражается и в наборе внутритекстовых связей, которые соответствуют основным уровням текста: семантическому, лексико-грамматическому, обр-разному, прагматическому... На уровне семантики существование внутритекстовых связей обусловлено концептуальностью текста и его соотношенностью с определенным фрагментом действительности. На уровне грамматики текста они обусловлены закономерностями грамматического согласования и грамматической зависимости, которые мотивированы законами языковой синтагматики. На прагматическом уровне эти связи обусловлены особенностями индивидуально-авторского стиля» [Бабенко, Васильев, Казарин 2000:251].

Линейность политических текстов советской эпохи была детерминирована, как мы считаем, семантической и лексико-грамматической связностью: единые в концептуальном отношении тексты были

соотнесены с определенным фрагментом политической действительности, в них широко употреблялись лексические средства связности, они были выстроены в соответствии с законами грамматической сочетаемости. В свою очередь, прагматическая связность обеспечивалась не идиостилем автора, а прежде всего — концепцией издания, включающей идеологическую составляющую, основанную на партийных установках: «Те же факты и события, о которых позволялось сообщать на страницах газет и журналов, должны были интерпретированы определенным образом [Платонова, Виноградов 1998: 242]. Для сравнения приведем 2 линейно организованных текста, лексическая связность которых базируется на местоименных заменах и повторах существительных *форум, клуб*), грамматическая — на единстве видо-временных глагольных форм (несовершенный вид и настоящее время большей части глаголов), а прагматическая — установками КПСС как идеологического демиурга:

ОДОБРЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ СССР

Нью-Йорк, 6. (ТАСС)

Широкую поддержку в кругах мирового сообщества находят миролюбивые инициативы Советского Союза, направленные на обуздание гонки вооружений и разоружение. О том свидетельствует позиция многих государств — членов ООН, высказанная в адресованных генеральному секретарю ООН К. Вальдхайму посланиях по вопросам прекращения гонки вооружений, достижения всеобщего и полного разоружения, углубления процесса разрядки напряженности в мире. В них одобряется предложение СССР рассмотреть проблему разоружения во всей ее совокупности на самом широком и авторитетном форуме — Всемирной конференции по разоружению. В поддержку созыва такого форума и специальной сессии Генеральной Ассамблеи ООН по разоружению как промежуточного этапа на пути к конференции выступили социалистических страны, Алжир, Венесуэла, Кипр, Сирия и многие другие неприсоединившиеся государства, а также Франция, Финляндия, Испания, Норвегия и ряд других западноевропейских стран (ГОРЬКИЙ. Социалистическая индустрия № 107, 07. 05 1977).

ЛЕКЦИИ, БЕСЕДЫ, КОНСУЛЬТАЦИИ

Партийный комитет Горьковского государственного университета постоянно направляет и контролирует деятельность клуба избирателей. В этом году заведующей клубом утверждена коммунист Г. Воротникова, руководителем агитколлектива назначен преподава-

тель кафедры истории КПСС А. Сомов. Ежедневно в клубе избирателей дежурят агитаторы. Здесь можно получить квалифицированные консультации на юридические и медицинские темы. Особой популярностью пользуется клуб у молодых избирателей. Клуб работает уже много лет подряд. В красиво оборудованном помещении открыты сейчас выставки «Навстречу 60-летию Великого Октября» и «В мире поэзии».

Для посетителей здесь читаются лекции на различные темы, проводятся встречи избирателей с депутатами. Избирателей приглашают принять участие в тематических вечерах «Сормовскому революционеру П. Заломову 100 лет», «Нижегородские большевики в борьбе за установление Советской власти», в литературных вечерах с участием писателей. Готовится устный журнал «На страже Родины». Некоторые мероприятия будут проводиться непосредственно в студенческих общешитиях.

А. МИНАЕВ (Наш соб. корр.)
(ГОРЬКИЙ Социалистическая индустрия № 107, 07 05 1997).

В настоящее время линейный способ подачи информации в политическом (и других форматах) дискурсе заменяется на объемный посредством развернутых заголовочных комплексов. Заголовочные комплексы политических текстов строятся по тем же принципам, что и заголовочные комплексы иных текстов СМИ, и в той или иной мере включают «тематическое название полосы, рубрику, собственно заголовков, подзаголовков, внутренние заголовки, шапку, лид, предтексты, вставки, подписи фотографиям, подпись» [Прохорова 2005:14-15]. Такая организация способствует СЖАТИЮ (редукции) основной информации текста, который воспринимается как мини-текст, и скорости его усвоения. В целом нелинейная, дискретная организация ЗК дает адресату возможность, не читая основной текст, понять его концепцию и усвоить основное содержание. «ЗК комплексы можно дифференцировать на ряд подтипов. Это:

1. НЕЙТРАЛЬНЫЙ ЗК

- Рубрика: *Политика*

Заголовок: *Зачем Путин летал в Азию?*

Лид: *Три азиатские страны за два дня — так началась эта неделя для В. Путина*

Внутренние заголовки:

На южных рубежах

В Россию как домой (АИФ № 9, 2017).

Стилистически нейтральная форма ЗК предполагает быстрое и достаточно адекватное авторскому замыслу восприятие концепции и основного содержания политического текста, рассказывающего об улучшении взаимоотношений России со среднеазиатскими странами, входящими в состав СНГ.

2. СТИЛИСТИЧЕСКИ МАРКИРОВАННЫЙ ЗК

Возможен сдвиг тональности ЗК в сторону иронического пафоса, что усиливает интерес к тексту:

Заголовок: *Коммунисты в борьбе за капитализм*

Рубрика: *На злобу дня*

Подзаголовок: *Попытаются ли коммунисты въехать в Кремль?*

Лид: *По мере приближения президентских выборов партии и их лидеры начинают перетряхивать знамена, идеи и лозунги. Одними из первых о своих намерениях подступить к Кремлю заявили коммунисты*

Подзаголовки:

Партия народа?

Без товарища Ленина

Партийная гибкость (АИФ № 9, 2017).

Стилистически маркированный ЗК способствует не только быстрому усвоению концепции и основного содержания текста, но и пониманию авторской оценки, в данном случае — негативного отношения к КПРФ.

Дискретность политическому тексту придают и креолизованные ЗК, включающие значительное количество фотографий и подписей под ними:

Заголовок: *Борис Немцов: наследство и наследники*

Подзаголовок: *Мы проились по местам, где при жизни проводил много времени политик*

Фото 1: *Кстати, памятную табличку дважды похищали с немцовского дома в Ярославле.*

Фото 2: *Самая шикарная часть немцовской квартиры — спальня.*

Фото 3: *На стене выставленной на продажу квартиры до сих пор висит большой портрет детей Немцова.*

Фото 4: *В ванной с окнами на Кремль до сих пор висит халат хозяина.*

Фото 5: *Рядом с маленьким столом в кабинете на полу стоят православные иконы» (АИФ № 9 2017) [Руженцева 2017].*

Минимизация основной информации посредством возможностей заголовочного комплекса характерна в настоящее время для многих политических (и иных) текстов. ЗК чаще всего вбирает в себя основное обращение и основные аргументы и способствует легкому восприятию и запоминанию сообщения, в его информационной целостности.

3. УПРОЩЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ

Тенденция к упрощению политической информации связана с использованием стратегии редукционизма: «Под редукционизмом понимается установка политика на упрощение проблемной ситуации с целью манипулирования электоратом» [Миронова 2003: 4]. Редукционизм, в свою очередь, напрямую связан с характерными для клипового мышления процессами, обеспечивающими фильтрацию лишней информации. Применительно к политическому дискурсу процесс редукции информации представлен следующим образом: «Сложное (проблема в том виде, какой бы она имела, если бы обсуждалась в научном дискурсе) — Редукция (переход на уровень обыденного сознания, предполагаемый у электората) — Простое (огрубленная, лишенная акцентов проблема, получающая такой вид в политическом тексте) [Там же: 9]. В качестве иллюстрации приведем фрагмент текста, в котором репрезентирован тезис: *«У белорусской оппозиции нет сил для взятия власти»*, однако фактологические аргументы заменяются негативной иронической оценкой происходящего:

У белорусской оппозиции нет сил для взятия власти. Строго говоря, в роли оппозиции сейчас выступает неорганизованный народ, взбешенный тем, что власть не стала себя утруждать подсчетом голосов, а объявила цифры от балды чуть ли не до закрытия участков. Традиционная оппозиция рассосалась, растворилась в воздухе, отсиживается в Вильнюсе и в Варшаве и пишет «приватизационные планы по разделу шкуры неубитого Луки» (ЭГ № 34 (1331), 24.08.2020).

4. СПЕЦИФИКА ЗАГЛОВОК КАК ТОЧКИ АТТРАКТИВНОСТИ

Понятие «аттракция» пришло из психологии и первоначально характеризовало межличностные отношения. В настоящее время термин «аттракция» понимается более широко и обозначает свойство объекта привлекать, притягивать внимание, вызывать интерес. Коммуникативная аттракция связана с изменением читательских стратегий — «от прочтения к быстрочтению, к чтению «лакомых кусочков». Как показывает статистика, все больше людей читает книги так же, как смотрят телевизор: щелкают тексты, как телепрограммы. Такому читателю нужны совершенно иные раздражители, резкие сигналы, короткие тексты, чтобы они трогали его, а еще лучше — захватывали»

[Лёфлер 2003: 56]. Таким образом, под ТОЧКАМИ АТТРАКТИВНОСТИ мы понимаем привлекающие внимание, вызывающие интерес фрагменты вербального, визуального и акустического рядов («лакомые кусочки»), «ломающие линейный текст» и работающие на дискретный тип современного восприятия информации.

К вербальным точкам аттрактивности газетного текста относятся: заголовочные комплексы (см. выше) и изолированные заголовки; «ударные»/«цепляющие» заголовки и подзаголовки в сочетании со внутренними заголовками; заголовки с эффектом обманутого ожидания (кликбейтовые заголовки), а также мемы, апеллятивы, обращения к адресату и разнообразные средства привлечения внимания — ай-стопперы. Обратимся к потенциальным возможностям заголовков как текстовых форм нелинейной подачи информации.

Так, к заголовкам, детерминирующим дискретное восприятие информации политического текста, относятся заголовки с так называемым эффектом обманутого ожидания. Эффект обманутого ожидания возникает тогда, когда наблюдается нарушение непрерывности изложения, то есть появляется речевой элемент малой предсказуемости... такое нарушение непрерывности создает сопротивление восприятию, останавливает читательское внимание» [Лазарева 1989: 46]. В таких случаях возможна как тематическая, так и концептуальная дезинтеграция в системе заголовков-текст.

Примером концептуальной дезинтеграции является информативно достаточный заголовок *«Россияне и Америка: любовь еще быть может»* в сочетании с подзаголовком: *«Теплые чувства к США еще вернутся, если Штаты снова полюбят наша власть»* («МК РРЕ» 01-08. 03. 2017). Заголовок, включающий фрагменты прецедентного пушкинского текста (*«Я вас любил,/ Любовь еще, быть может,/ В душе моей угасла не совсем»*) и подзаголовок настраивают читателя на реализацию в тексте мысли о возможном улучшении отношения россиян и российской власти к США. Однако концепция автора статьи не совпадает с идеей заголовка и даже противоречит ей: автор высказывает серьезные сомнения в возвращении «теплых чувств» россиян к Америке: *«А в России тем временем ждут команды — надо ли вновь полюбить Америку. Лично у меня есть серьезные сомнения, что для этого будут реальные основания. Конечно, Трамп, Тиллерсон и прочие персонажи из этой команды — беспринципные «оппортунисты» (этим словом в Америке называют людей, которые пытаются ухватить любую возможность — opportunity — для получения выгод, не ведая моральных препон). Но их выгода будет далеко не всегда, скорее даже редко, совпадать с выгодой Путина, Кремля или даже страны России»*.

К заголовкам, нарушающим непрерывность восприятия линейного текста, можно, с нашей точки зрения, отнести и заголовки с «подхватывающими» конструкциями, то есть такими, которые обеспечивают достаточность информации и в известной степени устраняют необходимость читать основной текст. Это, как правило, двучленные структуры. В одном случае заголовок состоит из двух реплик (вопроса и ответа на вопрос): *Гордому соберут без списков? Выборы 2018 года могут пройти по «новой старой» системе* (МК-Урал, 01-08.03.2017). В другом случае заголовок состоит из двух предложений. Одно из них репрезентирует тему публикации, а другое — конкретизирует ее, ср.: *Губернаторопад. Президент избавляется от не оправдавших доверие глав регионов* (Газета Свердловского регионального отделения политической партии «Патриоты России» № 5, 23.03. 2016).

В целом, ударным (цепляющим) заголовком (подзаголовком) мы считаем заголовок активный (парадоксальный, странный, экспрессивный, интригующий, пафосный, привлекающий читателя силой эмоционального воздействия). Такие заголовки обладают сильным аттрактивным потенциалом и в сочетании со внутренними заголовками (главками) могут образовывать единый, информативно достаточный комплекс, обеспечивающий дискретное восприятие редуцированной информации: содержательно-фактуальной, содержательно-концептуальной, содержательно-подтекстовой [Гальперин 1981].

Так, экспрессивный заголовок *«Зачем мы убивали друг друга»* в сочетании с экспрессивным подзаголовком *«25 лет назад началась кровавая война в бывшей Югославии»* и внутренними заголовками *«Я стрелял в соседа/Игрушки и мертвецы/ В крови по колено»* (АИФ № 9, 2017) содержат достаточно фактуальной, концептуальной и подтекстовой информации для того, чтобы адресат, не читая основной текст, сделал для себя вывод о бессмысленности жестокой войны в Югославии.

Нелинейное восприятие разных видов информации обеспечивает и комплекс, состоящий из парадоксального заголовка *«Гламур в Белом доме»*, подзаголовка *«Какой первой леди может стать Мелани Трамп?»* и внутренних заголовков: *Во всех позах/Бизнес вумен не помеха/На правах хозяйки/Главная мама* (МК РРЕ, 01-08. 03. 2017). В данном случае адресат может быстро воспринять тематическое содержание текста (тема — Мелани Трамп, жена президента США Д. Трампа), его фактуальную информацию (сведения о том, что Мелани занималась бизнесом и др.), а также концептуальную информацию («первая леди» — это «хозяйка», «главная мама») и информацию подтекстовую (сближение понятий «гламур» и «Белый дом») противоречит

здоровому смыслу и тем самым реализует иронический эффект парадокса).

5. ГРАФИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ, НАРУШАЮЩИЕ НЕПРЕРЫВНОСТЬ ВОСПРИЯТИЯ.

Графические средства получили широкое распространение в дискурсе печатных СМИ под влиянием рекламного дискурса. К ним относятся: шрифтовые выделения, нетрадиционное пунктуационное решение, значки, звездочки, кружочки, подчеркивания, замена кириллицы на латиницу. Проиллюстрируем сказанное:

1. Графические выделения посредством подчеркивания тематически и концептуально значимых частей, в результате чего выделяется мини-текст. Этот способ дает возможность адресату, не читая весь текст, сконцентрироваться на его теме и основной мысли и понять общую логику изложения:

• *Кстати, в Казахстан Путин прибыл накануне и в воскресенье успел вместе с Назарбаевым покататься на лыжах под Алматы. Общение президентов носит регулярный характер. В 2016 г. Они провели 6 встреч и 12 телефонных разговоров, в предыдущий раз виделись 26 декабря в Санкт-Петербурге на саммитах ОДКБ и Высшего экономического совета (АИФ № 9, 2017).*

2. Шрифтовые выделения:

*В 1999 году в Штатах введена должность замгоссекретаря по публичной дипломатии, который, по сути, и занимается информоперациями. **Бывший форпост холодной войны, агентство ЮСИА, вошло в состав Госдепа. А в 2009 году появилось Киберкомандование США, которое возглавил директор самой секретной службы США — АНБ. Его структуры пронизывают 18 разных служб и все виды вооруженных сил США.** Мы только в начале этого пути, идем с опозданием на два десятка лет. Нам нужна целая система информационного противоборства (АИФ №9, 2017).*

На наш взгляд, к феномену клипового мышления наиболее приспособлены сообщения в рамках новостных жанров, и в том числе — в Интернет-дискурсе. Политические новости подаются в системе иных новостей не отдельным блоком, а фрагментарно, в массиве другой информации. Ср., подборку новостей на информационном портале LENTA.Ru только за один день — 1 июня 2016 г (заголовки политических новостей, в том числе иронические, выделены):

Серебряная ложка Жириновского

Как ЛДПР становится партией «второго выбора»

Надюшкин какой-то!

Чем блеснула Савченко в свой первый рабочий день в Верховной Раде

В Анталью с любовью

Почему Турция останется главным летним направлением для россиян

После Крыма

Каким будет новый глобальный миропорядок

А на левой груди

Как в России меняется отношение к татуировкам

Слив засчитан

Российскую оппозицию заподозрили в накрутке голосов и покупке секс-игрушек

Следуй за долларом

Пора ли покупать валюту на отпуск

До кибуца, до колхоза

Вернут ли советский строй на село

Позор джунглям

Почему вокруг гибели комбата «Маугли» столько загадок

На светлой стороне

Фотоподборка к Международному дню блондинок: вековая эволюция белокурых голов

И никакого волшебства

Чего не хватает для развития евразийского союза

Пан или пропал

Станет ли Пан Ги Мун следующим президентом Южной Кореи

Пьянки, гоу хоум

Как отдохнувшие иностранцы дебоширят в Прибалтике

На кислых щах

Почему русские редко улыбаются

Любовь по залету

Аэропорты мира, которые не захочется посетить добровольно

То же самое (тематическая фрагментарность) принято и в дискурсе печатных СМИ (при анонсировании тематически различных новостей на первой полосе газеты). Тематический «разнобой» обеспечивает дискретность восприятия информации, элиминирует эффект привыкания, устраняет однообразие текста. В целом же клиповая подача информации адаптирована именно к восприятию человека, привыкшего оперировать разрозненными фактами, отбирая то, что наиболее соответствует его прагматическим интересам.

ГЛАВА 7

Прагматика печатных СМИ

*Все, что мы слышим, — это мнение, а не факт.
Все, что мы видим, является перспективой, а не правдой.
Марк Аврелий*

«Прагматика — в широком смысле этого термина — охватывает весь комплекс явлений и обуславливающих их факторов, связанных со взаимодействием субъекта и адресата в разных ситуациях общения» [Платонова, Виноградов 1998: 253]. В русле лингвистической прагматики газетные тексты изучаются в настоящее время в трех основных направлениях: исследование коммуникативных стратегий и тактик (о коммуникативных стратегиях и тактиках см. главу 5); исследование средств речевого воздействия, в том числе оценочных; исследование прагматической рамки текста (факторы автора, адресата, субъектно-адресатных отношений, интенции). Со своей стороны мы считаем, что важнейшим направлением лингвопрагматических исследований дискурса СМИ является в настоящее время вопрос о тенденциозной подаче информации, и в первую очередь — о текстовой представленности факта и суждения: «... И в лингвистических работах, и в выступлениях профессиональных журналистов уже давно ведется дискуссия о соотношении в газете (равно как и на радио и телевидении) «объективного» (то есть сугубо фактуальной информации) и субъективного (под которым обычно понимается оценка, связанная с намеренным воздействием на читателя, зрителя, слушателя)» [Платонова, Виноградов 1998: 254]. Сказанное, в свою очередь, детерминирует авторизацию и субъективизацию дискурса СМИ, его оценочность и тенденциозность. Попытаемся вскрыть причины и охарактеризовать основные способы подачи информации в газетных текстах начала XXI в. (более полная информация представлена в статьях: Руженцева Н. Б., Кокшарова Н. Н., Чудинов А. П. «Феномен искажения информации в СМИ: версии фактов», 2021; Руженцева Н. Б., Кокшарова Н. Н., Чудинов А. П. «Фидбэки в дискурсе печатных СМИ», 2021; Руженцева Н. Б. «Лики автора в российском политическом дискурсе», 2015»; Руженцева Н. Б. «Прямая и косвенная оценка политика в массовых печатных СМИ», 2019; Руженцева Н. Б. «Эксплицитные и имплицитные способы «наведения мысли на резкость», 2018; Руженцева Н. Б., Кокшарова Н. Н., Чудинов А. П. «Триггеры в дискурсе власти и их отражение в СМИ», 2020; Руженце-

ва Н. Б., Кошкарлова Н. Н. «Политическая провокация: лингвистический комментарий недостоверных сообщений», 2018).

7.1. Искажение информации в СМИ.

Факт и его интерпретация

«Под информацией... понимается вся совокупность данных, фактов, сведений о физическом мире и обществе, вся сумма знаний — результат познавательной деятельности человека, которая в том или ином виде используется обществом в различных целях» [Онтология языка как общественного явления, 1983: 213]. В свою очередь, искажение фактической информации в СМИ — это исторически сложившийся феномен, который обусловлен, на наш взгляд, следующими причинами:

1. Общей коммуникативной закономерностью — процессом искажения информации при ее передаче: «сообщение — информация утрачена — информация добавлена — информация искажена» [Куницына, Казаринова, Погольша 2001].

2. Общей тенденциозностью, ситуативной ориентированностью СМИ, ср., смену именовании Наполеона Бонапарта в парижской прессе во время «Ста дней»:

КОРСИКАНСКОЕ ЧУДОВИЩЕ высадилось в бухте Жуан.

ЛЮДОЕД идет к Грассу.

УЗУРПАТОР вошел в Гренобль.

БОНАПАРТ занял Гренобль.

НАПОЛЕОН приближается к Фонтенбло.

ЕГО ИМПЕРАТОРСКОЕ ВЕЛИЧЕСТВО ожидается сегодня в своем верном Париже.

«Сходные примеры нетрудно было бы найти и в наших газетах. Так, репортаж о матче на первенство мира по шахматам в 1955 г. фигурировал под общим заголовком: «Матч Т. Петросян — Б. Спасский». Однако, когда стала очевидной победа Петросяна, нейтральный заголовок сменился на более красноречивый: «Тигран Вартанович Петросян выиграл у Б. Спасского» (Вечерняя Москва за апрель 1966 г.)» [Успенский 1995: 35].

3. Идеологической установкой: общей идеологической концепцией СМИ в советское время [Васильева 1982] и идеологией конкретного издания — «приверженностью той или иной политической, экономической, культурной идее» [Коньков 2007] в наши дни.

4. Склонностью СМИ к сенсациям, и в том числе — к горячим новостям криминального и сексуального характера, ср.: «Стремление к

информационному приоритету, поиск нетривиальной (сенсационной) информации, необходимость оперативной передачи сообщений нередко приводят к публикации материалов без проверки надежности источника и достоверности сообщаемых сведений» [Платонова, Виноградов 1998: 252]. Например:

Александр Коллонтай тяготил супружеский секс (ЭГ № 13 (1153), 27. 03. 2017).

Скандал в королевском семействе (АН № 2 (696), 22. 01. 2020).

Зеленский изменяет жене направо и налево, чтобы расслабиться (ЭГ № 15 (1260), 15. 04. 2019).

5. Профессиональным ракурсом подачи информации историками, психологами, врачами др., ср.:

• Мнение Рустама Арифжанова, историка и публициста:

Сейчас, в преддверии целой череды столетних юбилеев, я с особенным беспокойством ожидаю выступлений коллег-историков. Привычка по всяким поводам ворошить собственную историю, принудительная, приукрашивая, очерняя правителей и события прошлых лет, вряд ли ведет к согласию в обществе (АИФ № 11, 15-21 03. 2017).

• Мнение Михаила Хорса, клинического психолога:

Существует заболевание психики — синдром Плюшкина, или патологическое накопительство...Крайность — когда больной тащит в дом все подряд, захламляя жилище. Думаю, это отчасти может касаться и фрау Меркель (КП, 29. 08. 2019).

• Мнение врача-нарколога:

Порошенко уже не может не пить. Я это вижу как нарколог: он выступает перед телекамерами в состоянии подпития. Эта неадекватная улыбка, эти пошлые шутки, эта смазанная речь — все очевидно (ЭГ № 15 (1260), 15. 04. 2019).

«В целом под искажением в дискурсе СМИ мы понимаем не только ПОДМЕНУ (ложь, вымысел), но и ТРАНСФОРМАЦИЮ ФАКТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ в нужном для автора направлении. Факты трансформируются с целью:

– привлечения и удержания внимания адресата, что способствует повышению интереса к конкретному СМИ и его рейтинга;

– формирования читательского или зрительского мнения, заданного идеологической концепцией того или иного СМИ;

– авторизации индивидуального дискурса журналиста» [Руженцева, Кошкарова 2021], ср.: «Субъект в современной массовой коммуникации не просто функционален — он выступает как личность со всеми особенностями его менталитета, причем в структуре его це-

лей все большую роль начинает играть стремление к самовыражению» [Платонова, Виноградов 1998: 256].

Кратко остановимся на понятиях ФАКТ, МНЕНИЕ, СУЖДЕНИЕ (ВЕРСИЯ ФАКТА).

Составителями крупнейшей англоязычной философской энциклопедии Routledge Encyclopedia of Philosophy утверждают, что «*факты* — это информация, правдивость которой не вызывает сомнения» (<https://www.rep.routledge.com/articles/thematic/facts/v-1>).

Факты служат основой формирования *мнения*. Мнения — это личные убеждения, которые могут отличаться у разных людей и обычно не подкреплены фактами, цифрами и доказательствами.

Суждения — это мнения, которые подразумевают одобрение или осуждение человека, предмета, ситуации или событий в прошлом, настоящем или будущем.

В свою очередь, авторская интерпретация фактов лежит в основе механизмов перевода объективной (фактической) информации в субъективную — суждения и мнения (версии фактов). Версии фактов обусловлены самой природой публицистики, тенденциозностью последней, ср.: «Публицистические тексты имеют ряд общих черт: все они носят воздействующий характер..., пишутся в соответствии с определенной идеологической системой и опираются на систему определенных идеологических ценностей; отличаются тенденциозностью, т.е. журналист сознательно ставит свой текст на службу той или иной идее, обладают ярко выраженным субъективным началом» [Попова 2006: 128—129].

Материал печатных СМИ позволяет выделить 3 основные причины искажения фактической информации и появления версий фактов. Это влияние внетекстовых факторов и группы собственно текстовых способов, а также смена аксиологического модуля.

К **внетекстовым факторам** относится выбор дискурсивного формата; выбор типа издания; выбор типа словесного творчества (поэзия или проза); выбор направления в публицистике; выбор моносемиотической или полисемиотической (креолизованной) формы сообщения.

Сам выбор дискурсивного формата определяет возможность и частотность искажений фактической информации. Так, последние встречаются гораздо реже в медицинском, управленческом и юридическом дискурсе, нежели в дискурсе СМИ, потому что последний предлагает более субъективную и свободную интерпретацию окружающей действительности.

Что касается типа издания, то существует мнение, что в медиадискурсе «искажение тщательно маскируется с помощью неопределенности, избытка, неясностей, разрывов повествования и перестановок, фрагментарности, конвергенции жанров, стилевого синкретизма, принципа монтажа как текстообразующего механизма» [Пром 2020: 33]. Со своей стороны мы считаем, что маскировка искажений происходит далеко не во всем дискурсе СМИ. Маскировки нет, например, в целой группе гляцевых изданий, ориентированных на разговорную речь и использующих неофициальный информационный поток (слухи, сплетни, кулуарные разговоры, мистификации). Ее нет и в ряде газет, ориентированных на идеологию разговорной речи и предполагающих более широкую свободу содержания и формы, как, например в «Экспресс газете».

Заметим, что в публицистике могут быть использованы как прозаический, так и поэтический типы словесного творчества. Надо иметь в виду, что поэзия как в виде цитат, так и в виде целых стихотворных текстов отражает индивидуализированную картину авторского мира и содержит гораздо меньше содержательно-фактуальной информации, чем проза.

В качестве примера приведем фрагмент из стихотворения И. Бродского, в котором содержится лишь один факт: существование двух форм правления- монархии и республики. Остальной же текст представляет собой авторскую интерпретацию этого факта, его версию:

*Нет для короны большего урона,
чем с кем-нибудь случайно переспать.*

Вот почему обречена корона.

Республика же может устоять,

Как некая античная колонна (АН № 2 (696), 22. 01. 2020).

Выбор направления в искусстве, литературе и публицистике может также способствовать появлению версий фактов. К таким направлениям относится, например, трэш, который «может принимать форму циничного или издевательского описания деяний знаменитостей, политиков или исторических деятелей или переложения исторических или эпических сюжетов» [Черняк, Черняк 2009: 142], ср. текст, в котором предложена версия фактической информации о статуе Д. Трампа, которая находится в гамбургском музее восковых фигур:

В Гамбурге в старейшем в Германии Музее восковых фигур... сейчас все пытаются протиснуться поближе к Дональду Трампу. Может, думают, что недолго осталось здесь красоваться. Небось в случае импичмента статую уберут в чулан, а стеклянные глаза выставляют в стеклянном кабинете при музее... Музей восковых фигур

расположен в Гамбурге на Репербане. Эту улицу красных фонарей в городе называют греховной милей. Статусе Трампа, известного своим сексизмом, там самое место. Восковой президент США будет как новенький — хоть сейчас можно идти на второй срок. По крайней мере в музее (ЭГ № 5 (1302), 03.02.2020).

На появление версий фактов, несомненно, влияет и полисемиотичность текста. Полисемиотический (креолизованный) текст функционирует в печатных СМИ в форме изображений с подписью. Взаимодействие двух семиотических рядов (вербального и визуального) дает широкую возможность субъективной интерпретации сообщения и, как следствие, искажения фактической информации. Примером могут служить подписи к фотографиям, допускающие множественные варианты интерпретации, ср., например, подпись к фотографии, на которой видны жители Кыргызстана на фоне ярко горящего костра: *Политические пожары — будни республики* (ЭГ № 41 (1338), 12.10.2020).

Текстовые способы искажения фактической информации связаны преимущественно с жанровой формой текста; с его субъектной организацией; с текстовыми категориями экспрессивности, тональности (пафоса), субъективной модальности, неопределенности; с использованием субъективизированной информации (домысливанием чужих действий или мотивов). Кроме того, возникновение версий фактов зависит от недостоверности используемой информации. К недостоверной можно отнести намеренную ложь, нерепрезентативность источников, использование неточных статистических данных, операторов *чаще-реже, больше-меньше*, объединение реальных и непроверенных фактов, пресуппозиции-стереотипы, сформировавшиеся в течение долгого времени. (В скобках заметим, что в массовых СМИ, к целям которых нельзя, на наш взгляд, причислить введение читателя в заблуждение, широко практикуются и прямые указания на недостоверность информации). Проиллюстрируем возможности текстообразования при конструировании версий фактов.

1. **Жанровые формы** печатных СМИ, коррелирующие с версиями фактов, — это виды представления комического (шутки, пародии, памфлеты, фельетоны, юмористические рассказы, анекдоты); виды, соотносимые с образом прошлого (легенды, мифы, воспоминания, старые истории, случаи) и с образом будущего (прогнозы). Это вероятностные жанры (слухи, версии); жанры, целью которых является расследование, разоблачение; аналитические жанры (комментарии); оценочные жанры (отзывы, рецензии); фантастические жанры (мистификации, байки, фальшивки), а также жанр интервью с провокационными вопросами и различные формы идеологических диверсий и спе-

куляций на актуальной теме. Со своей стороны Интернет-дискурс постоянно пополняется новыми жанрами, основой которых является версия фактов, например фэнфиками (фанфиками), использующими идеи, сюжетные линии, персонажей первичного текста, ср.: *«Литературные произведения, фанфики, главным героем которых является Николай Лукашенко (сын Президента Беларуси А. Г. Лукашенко), не отличаются особенными изысками. Обычно это истории многочисленных Золушек, которые встречают белорусского принца и влюбляются в него. Сюжет здесь не важен, главное — девичьи переживания и разнообразие эротических сцен»* (МК РРЕ, 26. 08.-02.09.2020). Приведем примеры указанных жанров, которые чаще всего включаются в текст более крупных жанровых форм.

Слухи, версии, предположения, молва:

- Преемники Брежнева, НАСКОЛЬКО ИЗВЕСТНО, не очень то жаловали Галину Леонидовну. Андропов попытался посадить под домашний арест, Горбачев, по СЛУХАМ, курсирующим в СМИ, ВРОДЕ БЫ ХОТЕЛ конфисковать имущество и даже подарки Леонида Ильича (МК РРЕ, 09-16. 10. 2019).

- СЛУХИ о том, что близкие Гарри не влюбляли Меган из-за цвета кожи, ходят давно, Британские газеты сообщили, что королева до последнего не разрешала внуку жениться на разведенной американской актрисе, но он настоял на своем (АН № 2 (626), 22. 01. 2020).

- Некоторые исследователи склоняются к ВЕРСИИ, что в марте 1953 года Сталина действительно отравили ближайшие соратники... По ВЕРСИИ РАДЗИНСКОГО, Берия использовал против Хозяина разработку секретной лаборатории НКВД — яд варафин. Его ввели шприцем через пробку винной бутылки. И преподнесли вождю «отраву в чаше», как и предсказывал Сосо в юношеском стихотворении (КП, 08-15 03. 2017).

- Вот официальная ВЕРСИЯ событий: принц Гарри и его супруга Меган Маркл решили стать полностью самостоятельными. Поэтому они отказались от финансирования из бюджета и, соответственно, от выполнения королевских обязанностей (АН № 2 (626), 22. 01. 2020).

- Один без папы и без мамы — это позволило появиться совсем уж фантастическим ПРЕДПОЛОЖЕНИЯМ, что Коля является клоном Лукашенко, его модифицированной и явно улучшенной версией, которую тот готовит себе на смену (МК РРЕ, 26.08-02.09 2020).

- Еще с 70-х годов гуляла МОЛВА о близких отношениях Зыкиной с председателем Совета Министров СССР Алексеем Косыгиным. МОЛ, именно этим можно объяснить звездный статус Зыкиной,

ее дорогие украшения, заграничные гастроли. «КП» решила выяснить, насколько правдивы эти СЛУХИ (КП, 01-08. 01. 2020).

Мистические истории:

- Ребенок (И. Сталин) остался жить. Правда, был очень слабого здоровья... И тогда решено было совершить ОБРЯД ЗАКЛАННЯ. Семья отправилась в родовое святилище Джугаивили Дзеры-дзуар, расположенное в ущелье возле села Геры. Принесли в жертву черного барашка, оставили три лепешки и черное пиво. Просили дать здоровье малышу Иосифу у Девы Марии, святого Георгия и ангелов-хранителей. Потом заказали в церкви благодарственный молебен. Возможно, древний осетинский обряд снял страшное проклятье (КП, 08-15.03.2017).

Прогнозы, предсказания:

- Стабильность- залог успеха. Миллионы мигрантов никак не желают интегрироваться в немецкое общество, **НО МЫ ВСЕ РАВНО БУДЕМ ИХ ПРИНИМАТЬ, ПОКА СТРАНА НЕ ЛОПНЕТ.** Такой «последовательный подход» канцлера Германии Ангелы Меркель проявляется не только в политике, но и при выборе одежды. И не важно, светский раут у нее или отпуск. **НАРЯД У 65-ЛЕТНЕЙ ЖЕНЩИНЫ, СКОРЕЕ ВСЕГО, БУДЕТ ОДИН И ТОТ ЖЕ** (КП, 28. 08.—04. 09. 2019).

Расследование, разоблачение:

- 21 апреля на Украине пройдет второй тур президентских выборов, где за главный пост поборются комик и алкоголик. Доктор психологических наук, автор более 40 книг, посвященных вопросам психологического и сексуального портрета, Борис Хигир и кандидат медицинских наук, психиатр-сексопатолог Диля Еникеева **РАСКРЫЛИ ВСЕ ТАЙНЫ КАНДИДАТОВ** (ЭГ № 15 (1260), 15. 04. 2019).

Байки, фальшивки:

- -... Пишут, что Коллонтай была членом общества нудистов:
— Эта **ФАЛЬШИВКА** придумана в фашистской Италии ... Кстати, кроме **ФАЛЬСИФИКАЦИИ** с нудистами, ходила **БАЙКА** о том, что супруга академика Шмидта держит детский дом в Москве, где с шести лет проводят уроки секс-воспитания. И будто бы там рос Василий Сталин (ЭГ № 13 (1153), 27.03.2017).

Воспоминания:

Троцкий рассказывал, что однажды в 1917 году они с Владимиром Ильичом ехали по улице Петрограда мимо водочного завода. Его упоенно громил революционные матросы. Водка текла ручьями — в буквальном смысле. Прямо на глазах Ильича матросы слизывали огненную воду с земли. **ЯКОБЫ** тот эпизод намертво застрял в голове Ленина и навсегда отвадил его от крепкого спиртного (КП, 06-13.05, 2020).

Носителями версий фактов считаются и редкие жанры, например:

• *Я помню все эти МАНТРЫ горбачевские: МОЛ, доктор Бехтерев поставил Сталину диагноз «шизофрения», мания преследования». Это все полнейшая чушь!* (КП, 18-25. 12. 2020).

2. Категория экспрессивности

Эта категория создается речевыми средствами, репрезентирующими не только содержательно-фактуальную, но также содержательно-концептуальную и содержательно-подтекстовую информацию [Гальперин 1981]. В свою очередь, на то, что сообщение является версией факта, часто указывает именно содержательно-подтекстовая информация, и в частности — ирония (слова и выражения, формирующие иронический подтекст заметки, выделены), ср.:

Трампа с Мадуро подставил Болтон

*Президент США рассказал, что собирался провести с законным главой Венесуэлы Николасом Мадуро прямые переговоры и делать ставку на САМОЗВАНЦА Хуана Гуайдо не собирался. Экс-главу Национального собрания этой южноамериканской республики Дональд Трамп сравнивал с НЕЗАДАЧЛИВЫМ американским ПОЛИТИКОМ Бето О*Рурком, который тщетно ПЫТАЛСЯ ПРОЛЕЗТЬ в Белый дом через праймериз.*

Однако тогдашний советник по национальной безопасности Джон Болтон, заручившись поддержкой политиков-тяжеловесов Элиота Абрамса и Марко Рубио, продал ему Гуайдо. Коварные «ПРИДВОРНЫЕ» уверяли Трампа, что дни Мадуро сочтены, народ за смену власти и говорить надо с Хуаном.

Одновременно они ПЛЕЛИ ЗАГОВОРЫ против законно избранного президента Венесуэлы, ПОДСТАВЛЯЯ СВОЕГО. В результате неверно сделанная Америкой СТАВКА ОКАЗАЛАСЬ БИТОЙ. Народ Венесуэлы еще больше сплотился вокруг главы государства, а ТРАМП ОКАЗАЛСЯ В ДУРАКАХ. Хорошо еще, что медлить не стал и отправил Болтона в отставку (ЭГ № 26 (1323), 29.06. 2020).

3. Категория тональности

Тональность, понимаемая как пафос — тип авторской эмоциональности, способствует искажению фактов вследствие функциональной специфики этой категории. Так, шутливая тональность, юмор имеет целью развлечь читателя, вызвать смеховую реакцию, а также релаксацию (снятие напряжения), ср., парадоксальное искажение факта:

«выпивал не только со знатными гостями, но и с лакеями — первые ростки русской демократии»:

Пьющие правители

Петр III

Муж Екатерины II был не дурак выпить. По дошедшим до нас воспоминаниям современников, его дневной нормой были полтора литра беленькой. Он обожал шумные пиры, причем ВЫПИВАЛ не только со знатными гостями, но и с лакеями. ВОТ ОНИ ГДЕ, ПЕРВЫЕ РОСТКИ РУССКОЙ ДЕМОКРАТИИ! (КП, 06-13. 05. 2020).

В. И. Карасиком введено понятие «коммуникативная тональность»: «Стилистика дискурса соответствует его основной тональности, т.е. эмоционально-стилевому модусу общения. Соответственно, в каждом из этих типов общения проявляется личность, ведущая себя определенным образом» [Карасик 2016: 64]. В. И. Карасик выделяет следующие типы коммуникативной тональности: информативную, фатическую, статусную, шутивную, торжественную, идеологическую, фасциативную, гипотетическую, агрессивную, эзотерическую, менторскую и ряд других» [Карасик 2009]. Искажение фактической информации может быть обусловлено авторской задачей и представлениями автора о плохом/хорошем, добре и зле, предполагающими сочетание в тексте этих разновидностей. Ср., заголовочный комплекс, в котором косвенная позитивная оценка политического деятеля (Марин Ле Пен) дается посредством смешения информативной, идеологической и шутивной тональностей, что, в свою очередь, предполагает тенденциозный отбор информации о политике. Отрицание атрибуции *папина дочка*, предполагает дистанцирование Марин как самостоятельного политика от отца основателя «Национального фронта Франции Жана-Мари Ле Пэна, а контаминат *Марин-Марианна* апеллирует к пресуппозициям адресата, для которого имя МАРИАННА является символом Франции, наряду с Жанной д*Арк:

РУБРИКА: Выборы

ЗАГОЛОВОК: Марин против всех

ЛИД: Как складывалась жизнь и карьера одного из главных претендентов на кресло французского президента

ВНУТРЕННИЕ ЗАГОЛОВКИ: Отцы и дети/ УЖЕ НЕ ПАПИНА ДОЧКА/ МАРИН-МАРИАННА/ О лучших друзьях (МК РРЕ, 22-27.03. 2017).

4. Категория субъективной модальности (отношение говорящего к сообщаемому)

Субъективная модальность, как и тональность, способствует искажению информации вследствие своей категориальной функции — противопоставления концептуального начала нейтрально-информативному фону. В исследуемых текстах наиболее часто встречаются следующие типы субъективной модальности:

а) вероятностная:

- *Что означает фамилия? «Дзуг» с осетинского — «отара». ВОЗМОЖНО, дальние предки вождя имели большие отары овец и были пастухами. Короче, Отаровы. Но Дзуга — это еще и осетинское имя. Так что Дзугаевы (Джугаивили) МОГЛИ ПОЙТИ от пращура Дзуги (КП, 08-16. 03. 2017).*

- *В Екатеринодаре ... придумали другую фишку — Декрет о национализации женщин, ЯКОБЫ написанный Коллонтай. Этот опус перепечатала одна из газет, поставив под «ДОКУМЕНТОМ» подпись Александры Михайловны (ЭГ № 13 (1153), 27. 03. 2017).*

б) модальность неуверенности:

- *«Матрос» Дыбенко — нарком по морским делам — В САМОМ ДЕЛЕ имитировал самоубийство после того, как Александра Михайловна уличила его в измене? Рассказывают, что он заперся в комнате и выстрелил себе в сердце. Правда, удачно оттянул кожу, и пуля лишь задела ее (ЭГ № 13 (1153), 27. 03. 2017).*

в) модальность уверенности:

- *...В Букингемском дворце наконец решили избавиться от принца Гарри. А он стоял шестым в списке претендентов на престол. КОНЕЧНО, «мятежный принц» мог тихо отсидеться, как его дядя Эндрю. Но Гарри сам дал повод для своего изгнания из королевской семьи своей женитьбой на мулатке (АН № 2 (696), 22. 01. 2020).*

5. Категория неопределенности

Эта категория может репрезентироваться посредством лексических маркеров, снимающих с конкретного субъекта ответственность за истинность высказывания и приписывающих это высказывание неконкретизированной совокупности людей: *репутация, претензии, нападки, слава, скандалы подозрения* и т.п. В свою очередь, показателями неопределенности на грамматическом уровне чаще всего являются бессубъектные конструкции:

- *Действительно, экс-президент Николя Саркози ПОЛЬЗОВАЛСЯ РЕПУТАЦИЕЙ ТРЕЗВЕННИКА. ГОВОРЯТ, что даже на его свадьбе с Карлой Бруни вместо традиционного шампанского подавали*

свежевыжатый апельсиновый сок. Как-то совсем не по-французски (МК РРЕ, 22-29.01. 2020).

- *А вот коммунистка, первая в мире женщина-нарком — вот кому интересно предъявлять ПРЕТЕНЗИИ по поводу «облико морале». Многие НАПАДКИ на Коллонтай — это НАПАДКИ на советскую власть (ЭГ № 13 (1153), 27.03. 2017).*

- *«Леонид Ильич — тот да, обращал внимание на женщин, водились за ним любовные интрижки, но вот за Косыгиным такой СЛАВЫ не было», — сказал КП Мусаэльян (личный фотограф Л. И. Брежнева) (КП, 01-08. 01 2020).*

- *Есть ПОДОЗРЕНИЕ, что президент (гарант Конституции) как зритель хочет некоторых гарантий — хотя бы качества текста, поэтому и выбрался посмотреть Грибоедова, Островского и Чехова. Что ж, это вполне роднит его с массовым театральным зрителем, который тоже хочет гарантий (АН № 50 (694), 25. 12. 2019).*

- *А вот первая леди Франции Брижит Макрон в отличие от Ангелы Меркель свои наряды меняет регулярно... Но и супруге президента Франции ДОСТАЕТСЯ за нарушение этикета. Особенно ЛЮБЯТ КРИТИКОВАТЬ мадам Макрон за страсть к мини-юбкам, которые она надевает по любому случаю... Первую леди Франции неоднократно ШПЫНЯЛИ за страсть к мини-юбкам (КП, 28.08-04.09.2019).*

- *За несуществующую любовь к Косыгину Зыкиной ПЕРЕМЫВАЛИ КОСТОЧКИ несколько лет подряд», — пишет Юрий Беспалов (друг Л. Зыкиной, ее биограф) (КП, 01-08. 01. 2020).*

6. Субъектная организация текста предполагает анонимную атрибуцию субъекта — источника информации (референциальную неопределенность). С такого источника анонимность снимает часть ответственности за истинность фактов, предоставляя автору публикации возможность их свободного отбора и весьма субъективной интерпретации, ср.:

- *НЕКОТОРЫЕ ЭКСПЕРТЫ считают, что Большой террор Сталин устроил из-за проблем с психикой (КП, 18-25 12. 2019).*

«Бесо, Бесик — наше распространенное мужское имя, никак не связанное с дьявольщиной, — объясняет ЗНАКОМЫЙ ОСЕТИН, АНОНИМНО помогавший мне готовить этот материал. — Бес, черт — по-осетински «хайраг». «Сын Бесо» — вот и вся тайна первого псевдонима Сталина» (КП, 09-15. 03. 2017).

- *ЗЛЫЕ ЯЗЫКИ утверждают, что без мужа-мэра она (Елена Батурина, жена Ю. М. Лужкова) не заработала бы своих капиталов (КП, 18-25. 12. 2019).*

- *КАКОЙ-ТО УМНИК* выложил в Интернет коллаж, на котором сравниваются две пары — Болсонару с его симпатичной 37-летней супругой Мишель и Макрон с 66-летней Брижит. АВТОР написал их так: «Теперь понимаете, почему Макрон преследует Болсонару, он ему просто завидует» (ЭГ № 35 (1280), 2020).

- *ПОЛЬЗОВАТЕЛИ СОЦСЕТЕЙ* тоже реагируют на фразу Ангелу своеобразно. «Говорю своей дочери: видишь, даже Ангела Меркель носит наряды по 23 года, а тебе каждую неделю обновки подавай!» — иронизируют *ПРОСТЫЕ НЕМЦЫ* (КП, 28.08-04. 09 2019).

- Британцы *УВЕРЕНЫ*, что бывшая голливудская актриса долго плела паутину интриг, чтобы заставить принца Гарри отказаться от родственников ради нее (АН № 2 (696), 22. 01. 2020).

- Самая скандальная *РЕПУТАЦИЯ* у младшей — Алиш (дочери Н. Назарбаева) (непроверенный факт). В 18 лет она вышла замуж за сына президента Киргизии — Айдара Акаева (реальный факт). *ПОШЛИ СЛУХИ*, что брак распался из-за пристрастия девушки к наркотикам. В Казахстане открыто *ГОВОРИЛИ* о том, что дочь Назарбаева прибегает к услугам известного нарколога (непроверенные факты) (ЭГ № 12 (127), 25. 03. 2019).

7. Субъективизированная интерпретация фактической информации, домисливания

- Виктория (внучка Л. И. Брежнева) вынуждена была поместить маму в больницу ЦЕБ. Она отгородила ее ото всех, от нас. *ДУМАЮ*, сестра боялась, что Галина Леонидовна узнает, как она доверилась одному непорядочному человеку, его убили потом, и в результате утекли сквозь пальцы картины, антиквариат. *СОМНЕВАЕМСЯ*, что это произошло без ведома ее гражданского мужа Дмитрия — с ним она прожила 30 лет (МК РРЕ, 09-16. 10. 2019).

8. Использование лексических операторов типа чаще-реже, больше-меньше, подчеркивание стереотипов восприятия и объединение реальных и непроверенных фактов

- Женщины-политики *ВСЕ ЧАЩЕ* плюют на обновление гардероба (КП, 28.08.-04. 09. 2019).

В свою очередь, лексические маркеры, указывающие на недостоверность информации, иногда вводятся самим автором, который тем самым снимает с себя ответственность за возможные искажения фактов.

- Любопытно, что самый первый революционный псевдоним молодого Иосифа — Бесошвили. «Если только считать его корень русским, а суффикс грузинским, означает «сын беса», — с ходу рас-

шифровал партийную кличку исследователь А. Абрашкин. **НО ЭТО ЗАБЛУЖДЕНИЕ** (КП, 08-15 03. 2017).

- *Кто действительно мать Николая Лукашенко — секрет Полишинеля уже много лет. ВЕРОЯТНЕЕ ВСЕГО, это бывший лечащий врач Лукашенко Ирина Абельская. Реально невероятно красивая женщина, и мальчик на нее очень похож. Однако их общего фото — мамы с предполагаемым сыном — в Сети найти не удалось, а сам Александр Григорьевич — РОДСТВО НИКОГДА НЕ ПОДТВЕРЖДАЛ* (МК РРЕ, 26. 08.—02. 09. 2020).

- *В 70-е годы анекдоты про Ленина и Троцкого спокойно травил старшекласники и студенты. И никого не сажали и даже не исключали из комсомола. НЕ СЛУШАЙТЕ ВРУНОВ С «ЭХА МОСКВЫ!»* (ЭГ № 43 (1288), 28. 10. 2019).

- *Троцкий оказался прямым потомком Пушкина // Споры о значении Льва Давидовича для России не утихают все эти годы. И защитники его, и ниспровергатели придумали немало ВЫМЫСЛОВ И СКАЗАНИЙ о нем, так что он весь стал теперь СПЛОШНЫМ ЧЕЛОВЕКОМ-НЕБЫЛИЦЕЙ. Сегодня рождается еще один МИФ о его национальной принадлежности* (ЭГ №43(1288), 28.10. 2019).

С указаниями на недостоверность соотносится жанр опровержения недостоверной информации (лексические маркеры *сомнение, заблуждение, ерунда, чушь* и т.п.). Опровержение возможно и посредством разного рода требований. ср. фрагмент беседы:

Н. Сванидзе: Приходилось читать, что Сталин вовсе не был аскетом. Например, заводил романы с балеринами Большого театра...

Е. Спицын: Да ПРЕКРАТИТЕ! У него даже времени на это не было. Этот человек был целиком и полностью нацелен на работу (КП, 18-25. 12. 2019).

Смена аксиологического модуса в СМИ может происходить посредством ухода от фактической основы («правды»), в связи с общей авторизацией дискурса. Ценность «правда» всегда занимала важнейшее место в аксиологической сетке россиян, ср.: «Л. Б. Савенкова, подробно изучив систему русских паремий, выявила, что на первом месте в русской пословичной картине мира находится ценность «семья», а второе почетное место занимает ценность «правда» [Савенкова 2002. Цит. по: Абакумова 2019]. Со своей стороны СМИ для россиян долгое время считались носителями правды, то есть трансляторами неискаженных фактов (в скобках заметим, что такое восприятие характерно не только для читателей российских СМИ — стоит вспомнить знаменитое высказывание миссис Хадсон: *Так пишет «Таймс»*). Одна-

ко в настоящее время увеличенный отбор «отрицательного» материала вызвал сдвиг аксиологического модуса СМИ в сторону трансляции неverifiedированных мнений: от «правды» (неискаженного факта) к его субъективной интерпретации (версии факта). Но при этом СМИ не ставят своей целью ввести читателя в заблуждение и используют прием конвергенции целого набора речевых средств — указателей на то, что факты могут быть искажены, ср, большое число таких маркеров в небольшом фрагменте текста:

— *Принц Гарри и его жена Меган Маркл — агенты российской разведки?! — УДИВИЛСЯ ведущий рубрики «Мир шпионажа». — НО КТО ПОВЕРИТ В ТАКУЮ ЧУШЬ?*

— *Но ведь многие верят, что президент США Трамп — ставленник Путина и русский агент, — усмехнулся Андрей Петрович. — Вот и про эту парочку распускают нелепые СЛУХИ.*

МОЛ, канадский особняк, где принц Гарри, его супруга Меган Маркл и их сын Арчи провели рождественские каникулы МОЖЕТ ПРИНАДЛЕЖАТЬ российскому миллиардеру. Об этом сообщает газета The Times со ССЫЛКОЙ НА ЖИТЕЛЕЙ СОСЕДНИХ ДОМОВ И БЫВШЕГО КОЛЛЕГУ АГЕНТА ПО НЕДВИЖИМОСТИ, который в 2014 году занимался продажей собственности.

«Владельцем особняка является российский бизнесмен», — пишет издание. Речь идет о вилле Mille Fleurs, которая, ПО ПРЕДПОЛОЖЕНИЮ СОБЕСЕДНИКОВ ГАЗЕТЫ, принадлежит венчурному инвестору Юрию Мильнеру. ПО ДАННЫМ ЖУРНАЛИСТОВ, миллиардер останавливается на вилле в течение нескольких лет. Компания Towner Bay Country Club, которая юридически владеет особняком, НЕ РАСКРЫВАЕТ ЕГО ФАКТИЧЕСКОГО ХОЗЯИНА (АН № 2 (696), 22. 01. 2020).

Сдвиг аксиологического модуса в СМИ может происходить и в связи со сменой статуса политика. После смены статуса снимаются конвенциональные ограничения, в частности — ограничение обсуждения частной жизни политика. Этим и обусловлен сдвиг модуса от ценности «семья» к антиценности «внебрачные связи» в публикации «Любовницы Назарбаева». Но и в этом случае авторы подчеркивают непроверенность фактической информации и возможные искажения действительности, ср., фрагменты из публикации, вышедшей после того, как Н. Назарбаев сложил с себя полномочия президента Казахстана:

• *Нурсултан Абишевич всегда нравился женищинам и отвечал им взаимностью. Назарбаеву ПРИПИСЫВАЮТ десятки любовных походов. И СУДАЧАТ о его щедрости к фавориткам.*

- *ГОВОРЯТ, что глава республики однажды положил глаз на певицу из Китая, казашку по национальности.*

- *Это не единственная королева красоты, удостоенная высочайшего внимания. Политическому титану ПРИПИСЫВАЮТ связь также с Айну́р Толеуовой «Мисс Казахстан — 2011» (ЭГ №12 (1257), 25.03.2019).*

Таким образом, субъективизм газетных текстов обусловлен, с нашей точки зрения, использованием не столько ложной информации (что попадает под действие юрисдикции), сколько информации искаженной, версий фактов. Такая информация сопровождается разнообразными речевыми маркерами и даже прямыми указаниями на ее недостоверность. Как следствие — подача информации в текстах СМИ должна являться предметом междисциплинарного исследования, дающего в конечном счете практическую возможность отделять достоверную информацию от недостоверной, дифференцировать типы искажения действительности, устанавливать этические границы между фактом и его публицистической версией.

----- 7.2. Прагматическая рамка газетного текста. -----

Коммуникативная деятельность автора:

«наведение мысли на резкость» -----

Коммуникативная деятельность автора и потенциального адресата газетного текста чаще всего осуществляется в пределах прагматической рамки, основными компонентами которой являются: субъект, адресат, субъектно-адресатные отношения и цель (интенция) текста. Сфера ответственности субъекта — преимущественно порождение печатного текста. В свою очередь, сфера деятельности адресата — рецепция текста и возможная реакция на него.

Субъект в текстах СМИ неотделим от биографического автора — «он выступает как личность со всеми особенностями ее менталитета, причем в структуре его целей все большую роль начинает играть стремление к самовыражению» [Платонова, Виноградов 1998: 256]. «За субъектом признается право на ментальную и социальную активность; более того, проявление такой активности рассматривается как одна из максим деятельности журналиста [Там же: 255].

Следует подчеркнуть, что субъект в текстах СМИ неоднороден — он выступает в разных ипостасях — «ликах автора». В качестве примера можно привести **проблемную статью В. Костикова «Принцип мухобойки»**. Адресанта публикации, посвященной методам современного политического и хозяйственного управления, можно характери-

зовать как АВТОРА-ИСТОРИКА (доминирующие речевые действия — информирование об исторических фактах и сопоставление с современной политической действительностью, субъективные оценки последней):

Не могу не вспомнить, как во времена Б. Ельцина в Кремле готовились к визиту английской королевы Елизаветы. Вдруг выяснилось, что для торжественного приема необходим смокинг, а к нему — галстук-бабочка и лакированные туфли. В Кремле таких протокольных чудес испокон веков не видели. Но хотелось показать новую демократическую власть во всем европейском приличии. Облачение для самого президента и ближайшего окружения пришлось закупать за границей. А поскольку закупали срочно и без примерки, то наряженная по еврообразцу свита президента чувствовала себя крайне некомфортно...

Вот и наша нынешняя власть, несмотря на то, что вроде бы ей пора выйти из младенческого возраста, только внешне выглядит «при галстуке» и чуть ли не во фраке. Особенно во время разного рода форумов. Тут и графики, и умные презентации, и европейская терминология, и прогнозы на 20-30-40 лет вперед. На самом же деле ей впору наряжаться в телогрейки — настолько заскорузлыми выглядят методы управления. Несмотря на то, что нынешняя элита трется во власти уже почти четверть века, ее методы (политические, административные, экономические) не только не приблизились к европейским стандартам, но деградировали даже по сравнению с советскими (АИФ № 21, 20. 05. 2015).

В свою очередь, способом коммуникативной деятельности субъекта в СМИ является трансляция значимой для автора и потенциального адресата информации, которая выдвигается на поверхностный план текста. В самом широком смысле такое выдвигание можно назвать «наведением на резкость».

Под «наведением на резкость» в узком смысле понимается метаязыковая рефлексия [Садова 2019: 129].

В более широком смысле под «наведением на резкость» мы понимаем: 1) такой способ трансляции важной информации, как подача мысли «крупным планом»; 2) совокупность речевых и внеречевых приемов актуализации мысли и/или оценки на нейтральном фоне (в скобках заметим, что нейтральным фоном является безоценочная организация текста).

Оценка в СМИ изучалась многими крупными исследователями публицистического текста. Так, с точки зрения Н. И. Клушиной оценка в текстах печатных СМИ имеет компонентную структуру, включающую оценку открытую и скрытую, имплицитную (посредством мета-

фор, эвфемизмов и «скорнения»), и эксплицитную (посредством контекста, квазисинонимических ситуаций, квазидитат) [Клушина 2008: 484]. Полностью разделяя мнение Н. И. Клушиной о двух основных видах оценки в текстах печатных СМИ, попытаемся обобщить оценочные средства, соотносимые с публикациями главного редактора газеты «Аргументы недели» Андрея Угланова (обзоры, аналитические статьи, интервью) за 2019-2020 гг.

А. Угланов транслирует свою точку зрения на политико-экономические проблемы с явным преобладанием «экспрессии над стандартом» (В. Костомаров), используя как эксплицитные, так и имплицитные приемы оценки — основного средства «наведения на резкость». В рамках эксплицитной и имплицитной подачи информации мы попытались охарактеризовать тексты А. Угланова с точки зрения способов репрезентации общеоценочных значений [Арутюнова 1998: 198-200]. Анализ последних предполагает два полюса оценки в соответствии с квалификаторами «хороший» и «плохой». Приведем пример актуализации квалификатора «ХОРОШИЙ» (выделено заглавными буквами):

Но вернемся к приезду В. Путина в Питер, где отмечали печальную дату — 20 лет со дня смерти Анатолия Собчака, бывшего начальника Путина в Ленинградской, и позднее Питерской мэрии. А Собчак, как известно, САМ РЕГУЛЯРНО НАХОДИЛСЯ В ЛЕНИНГРАДСКОМ ПОРТУ, куда приходила гуманитарная помощь детям голодающего в мирное время Ленинграда. «Гуманитарку» могли растащить, и СОБЧАК НЕ МОГ ЭТОГО ДОПУСТИТЬ (АН № 7(701), 2020).

В данном случае прием косвенной положительной оценки фигуры А. Собчака близок к приему «фон-фигура». На нейтральном фоне и на фоне негативной оценки окружающей действительности (*голодающий в мирное время Ленинград; «гуманитарку» могли растащить*) фигура А. Собчака укрупняется, а позитивная оценка становится более явной. Однако приемы «наведения на резкость», соотносимые с квалификатором «плохой», используются в публицистике А. Угланова гораздо чаще. Их можно подразделить на две основные группы: эксплицитное «наведение на резкость» и имплицитное «наведение на резкость».

ЭКСПЛИЦИТНОЕ НАВЕДЕНИЕ «НА РЕЗКОСТЬ»

Эксплицитное «наведение на резкость» предполагает открытое вербализованное выражение оценки, и прежде всего — негативно-оценочных значений. Чаще всего открытое выражение негативной оценки достигается посредством негативно-оценочных суждений, пейоративной лексики и фразеологии, навешивания ярлыков, употребле-

ния метафор и отдельных групп лексики. Эти средства достаточно подробно охарактеризованы в научной литературе, их применение ограничено стилистической концепцией того или иного издания. Приведем примеры их употребления в публицистике А. Угланова.

Негативно-оценочное суждение:

• *Возвращаясь к «панели». Ладно бы они чего-то бубнили, но они на этих «панелях» между собой грызутся* (АН № 39 (683), 09. 10. 2019).

Негативно-оценочная лексика:

• *Любопытна мотивировка министра финансов..., тоже зазывавшего этих самых СУМАСШЕДШИХ западных инвесторов к себе на блины* (АН № 46 (690), 27.11-03.12 2019).

Просторечье и грубое просторечье:

• *...Компанию принялся делить и ДЕРБАНИТЬ хозяева новой России* (АН № 22 (716), 10. 06. 2020).

Криминальная лексика:

• *...Сам Чубайс хвастает своим БРАТКАМ на новогодних пьянках, что у него много денег — очень много денег* (АН № 7(701), 26.02- 03.03. 2020).

Жаргон, в том числе — профессиональный:

• *Пока трогали только мелочь. КРУПНЯК не трогали* (АН № 14 (798), 15.04-21.04. 2020);

• *Главным «достоинством» таких людей считается умение «ЛЕПИТЬ СХЕМАТОЗ»* (АН № 7 (701), 26.02.-03.03. 2020).

• *Но нет — по-прежнему бросают «ПОНТЫ КОРЯВЫЕ», чтобы их показали в телевизоре* (АН № 46 (690), 27.11-03.12 2019).

• *Если у тебя в кармане лежит «КАПУСТА» так называемая, ты можешь кому-то дать и в конверте* (АН № 3 (697), 2020).

Фраземы, в том числе — трансформированные:

• *Все ОТВЕТЯТ ЗА БАЗАР* (АН № 38 (682), 02.10-08.10 2019).

• *К сожалению, агентству быстро ЗАТКНУЛИ РОТ, больше такие доклады не выходили* (АН № 46 (690), 27-11-03.12 2019).

• *А ДЕНЕГ-ТО КУРЫ НЕ КЛЮЮТ, ИХ ДЕВАТЬ НЕКУДА* (АН № 39(683), 09.10 -15.10 2019).

• *Так, может, как раз надзорники, новые опричники и будут следить, как выполняются национальные проекты, кто ВОРУЕТ НЕ ПО ЧИНУ?* (АН № 3 (697), 2020).

• *...На программу реновации, в которой он был идеологом и который проводил ее в жизнь, кто-то со стороны НАЛОЖИЛ ЛАПУ?* (АН № 3 (697), 2020).

• Пускать «АМЕРИКАНСКИХ КОЗЛОВ» В НАШ ОГОРОД им не привыкать, но не до такой степени (АН № 14(708), 2020).

Метафора:

• ...Дальше Москва с Казанью тоже впихнули своих людей в правительство. После этого «БЮРОКРАТИЧЕСКИЙ БОРЦ» пришел в движение, и некоторые «ПАМПУШКИ» вылезли наверх (АН № 3 (697), 2020).

• ... Все эти годы ЦБ в основном ОТСТРЕЛИВАЛ МЕЛОЧЬ, крупные банки почти не трогали (АН № 46(690), 27.11.-03.12.2019).

Ярлыки:

• ЧЕРНЫЕ ОЛИГАРХИ (АН № 3 (697), 2020);

• А они уже знали, как унизили нашу страну ДОПИНГОВЫЕ ГНОМЫ ВАДА, и выступали в роли КОМОДСКИХ ЯЩЕРОВ (АН № 49 (693), 18.12-24.12. 2019).

• Надо же, какого уровня цинизм сидит в этих КРОКОДИЛАХ — предлагать западным банкирам грабить наших бизнесменов (АН № 46 (690), 27.11.-03.12. 2019).

Конвергенция средств негативной оценки (ярлыков, просторечья, жаргонизмов, фразеологизмов, метафор и др.) в небольшом фрагменте текста:

• Мы, например, НА СВОИХ ПЛЕЧАХ ПРИНЕСЛИ ВО ВЛАСТЬ Егора Гайдара, Чубайса и всю так называемую «СЕМИБАНКИРЩИНУ. А революционеры — кто ПОМЕР ДАВНО В НИЩЕТЕ, кто-то продолжает БИТЬСЯ С ВЕТРЯНЫМИ МЕЛЬНИЦАМИ, как Лев Пономарев. У тебя нет чувства повторения событий 30-летней давности? И кого нынешние оппозиционеры ПРИНЕСУТ ВО ВЛАСТЬ НА СВОИХ ПЛЕЧАХ? (АН № 33 (677), 2019).

• ...Путин улетел в Париж на встречу «нормандской четверки» по Украине. Представляете — ему вести переговоры с УДАВАМИ, ПИРАНЬЯМИ и ТАРАНТУЛАМИ, а ему приходит новость, что наших спортсменов ВЫГНАЛИ ВЗАШЕЙ с Олимпиады (АН № 49 (693), 18.12.-24.12. 2019).

Декодирование эфемизмов (нейтральных по эмоциональной нагрузке слов и выражений):

• А значит, финансовый блок правительства и в самом деле находится на службе у «МИРОВОЙ ЗАКУЛИСЫ». Вернее — на службе у наших «АМЕРИКАНСКИХ ПАРТНЕРОВ» (АН № 14 (708), 15.04.-21.04. 2020).

• Важно понимать — на любое из них (предположений. — Н. Р.) последует вполне корректный дипломатический ответ: «МЫ

ПОДУМАЕМ» — что означает: «ИДИТЕ В...!» (АН № 38(682), 02.10.-08.10. 2019).

ИМПЛИЦИТНОЕ «НАВЕДЕНИЕ НА РЕЗКОСТЬ»

Имплицитное «наведение на резкость» предполагает использование системы средств косвенной (непрямой) оценки, которая тем не менее «высвечивает» авторскую мысль. В публицистике косвенная оценка передается посредством иронии, изменения модальной рамки слова, создания контекстов самодискредитации и др. К средствам не прямой оценки, «высвечивающим» авторскую мысль в текстах А. Угланова, можно отнести следующие:

Интрига (осуществляется посредством намека, в основе которого лежит речемыслительный механизм, включающий домысливание, догадку), ср, например, намеки на тайну, которая в тексте будет раскрыта, и на негативно-оценочное выражение «подковерные интриги»):

- *ПРИОТКРЫТЬ ЗАНАВЕС НАД ВИЗАНТИЙСКИМИ ТАЙНАМИ КРЕМЛЯ* главному редактору «АН» Андрею Угланову поможет экономист и политолог Михаил Делягин (АН № 3 (697), 2020).

- *Сбербанк: что происходит ПОД КОВРОМ* (АН № 14 (708), 15.04.-21.04. 2020).

Ирония

Иронический эффект может возникнуть и в результате ментальных операций, ср. мысль А. Шопенгауэра: «... источник смешного — несовпадение мыслимого и созерцаемого» [Цит. по: Зарецкая 1998: 407], ср.:

Ирония в заголовках

- *Даешь нового Чубайса! В придачу к старому* (АН № 31 (675), 2019).

Ирония достигается пародированием формы лозунга: *Даешь...!*, антонимией: *новый-старый* и парцелляцией: *В придачу к старому*.

Ирония в основном тексте

- *Понятие «санкции» нам давно приелось. Практически мы уже не понимаем, в чем они состоят и как мы от них страдаем* (АН № 14(708), 15.04.-21.04. 2020). Ирония достигается посредством парадокса — расхождения с общепринятым мнением в том, что санкции — это меры воздействия против той или иной стороны, по определению имеющие структуру и предполагаемый результат.

Использование строчной буквы при полном переходе собственных имен в нарицательные можно считать идеостилевой особенностью иронии А. Угланова, о чем говорит частотность данного приема в его текстах:

• *Посмотрите — кого заменят эти новые чубайсы и гайдары, эти нервные юристы и журналисты?* (АН № 31 (675), 2019).

Прецедентные тексты, в том числе — трансформированные:

• *НИКОГДА ТАКОГО НЕ БЫЛО, И ВОТ ОПЯТЬ* (АН № 33 (677), 2019) (апелляция к высказыванию В. Черномырдина).

• *Эта ЛЕГКОСТЬ В МЫСЛЯХ видна невооруженным глазом* (АН № 36 (680), 2020) (апелляция к «Ревизору»).

• *Где МИНИНЫ и ПОЖАРСКИЕ, которые должны выйти из глубины народа и прогнать этих БЕСОВ, превративших страну в полуколонию?* (АН № 39 (683), 09.10.-15.10. 2019) (Апелляция к прецедентным именам из области российской истории и роману Ф. Достоевского «Бесы»).

Использование возможностей русского синтаксиса. У А. Угланова это вопросы и парцеллированные конструкции.

Вопросы и вопросно-ответные конструкции:

Вопросы — это «фигуры речи, отступления от нейтрального способа изложения с целью эмоционального и эстетического воздействия» [Платонова, Виноградов 1998: 264]. Иронический потенциал вопросов реализуется в том, что «высвечивание тех или иных граней проблемы происходит как бы на глазах у читателя и при его участии» [Там же: 265]. В свою очередь, риторические вопросы содержат в себе изначально нужный автору ответ:

• *Что изменилось? Воров стало меньше? Наоборот — больше, и наглость их зашкаливает* (АН № 7 (701), 26. 02.-03.03. 2020).

В интервью иронический потенциал имеют наводящие вопросы, провоцирующие иронический ответ:

– *А. Угланов: Чубайс почему до сих пор держится? Его будут когда-нибудь выгонять или он вечный?*

– *М. Делягин: Чубайса выгнать нельзя. Чубайс может только сидеть. Или в большом кабинете, или в чуть меньшем* (АН № 3 (697), 2020).

Парцелляция:

Парцеллят в медиадискурсе очерчивает границу фокусной зоны, «служит для кодирования информации об интенциях, установках адресанта, его эмоциях и отношении к описываемому событию» [Богоявленская 2016: 11], ср., например, парцеллированную конструкцию, в которой закодирована авторская версия относительно перспектив Никиты Михалкова: *Никиту Михалкова ждут в политике. Или в церкви* (АН № 20 (714), 27. 05.-02.06. 2020).

Парцеллированные конструкции характерны и для текстов А. Угланова:

• *Хоть и поэт Аверьянов, но явно не Пушкин. Изъясняется как-то загадочно и путано. ХОТЯ И ДОВОЛЬНО СМЕЛО* (АН № 20 (714), 27.05.-02. 06. 2020).

• *...Как Виктория Нуланд прилетела позднее в Киев на майдан. С ПАКЕТИКОМ ПЕЧЕНЕК* (АН № 20 (714), 27. 05-02. 06. 2020).

Метаоператоры:

• *Но допустит ли это Путин и его ближайшее окружение? Допустит ли своих «американских партнеров», как он их всегда называет, а если ПРОСТО И ПО-РУССКИ — козлов в огород — до глобальных сведений о финансовых проводках?»* (АН № 38 (682), 02. 10.-08. 10. 2020)

• *Похоже, в Кремле скоро пожалеют о том, что президентом США стал Дональд Трамп. Сначала он предал своих европейских партнеров, вернее, «КИНУЛ», ЕСЛИ ВЫРАЖАТЬСЯ ПРАВИЛЬНЫМ ЯЗЫКОМ* (АН № 38(682), 02.10.-08. 10. 2020).

В целом можно утверждать, что коммуникативная деятельность субъекта в газетных текстах определяется: стилистической концепцией того или иного СМИ; речевой реализацией концепции фигуры и фона; индивидуальными особенностями речи журналиста. У других авторов газеты «Аргументы недели» соотношение эксплицитных и имплицитных средств «наведения мысли на резкость» является иным. Однако общее возрастание уровня экспрессивности газетного текста представляется нам несомненным, в связи с чем хотелось бы вспомнить мнение А. П. Сковородникова о характере изменений в газетно-публицистическом стиле: «... в современной публицистике «баланс двух его составляющих — стандарта и экспрессии — явно сдвигается в пользу экспрессивного начала» [Сковородников 2003: 64-65]. Как следствие — выявление экспрессивного начала в творчестве отдельных журналистов является перспективным направлением исследования современного медиадискурса в целом.

7.3. Прагматическая рамка газетного текста.

Коммуникативная деятельность адресата:

фидбэки в дискурсе печатных СМИ

Прагматическая рамка дискурса СМИ с необходимостью включает фактор адресата. Специализированные издания имеют своего, особого адресата. В свою очередь, газетные издания, использованные в данной монографии в качестве материала, предназначены для массовой аудитории. По определению американского социолога Г. Блюмера, массовая аудитория — «это совокупность людей 1) разных социаль-

ных профессий, положений и культурного уровня, 2) представленных анонимными индивидуумами. 3) слабо взаимодействующих между собой. 4) весьма неопределенно организованных [Цит. по: Бореев, Коваленко 1986: 45-46]. Ориентация газетных текстов на массовую аудиторию предполагает активную коммуникативную деятельность субъекта, и в том числе — учет особенностей восприятия текста, его лексическую, морфологическую и синтаксическую специфику, а также хорошие контактоустанавливающие свойства, о чем неоднократно писали исследователи языка и стиля публицистики. Однако коммуникативная деятельность адресата и субъектно-адресатные взаимоотношения изучены гораздо в меньшей степени. Именно поэтому в данном разделе мы обратимся к феномену фидбэка как форме коммуникативного взаимодействия субъекта и массового адресата газетного текста (подробнее см., статью Руженцевой Н. Б., Кошкаровой Н. Н., Чудинова А. А. «Фидбэки в дискурсе печатных СМИ» 2021).

В русский язык прочно вошел термин фидбэк, под которым в широком смысле понимается обратная связь. «Обратная связь — это вербальные и невербальные сообщения, которые человек намеренно или ненамеренно посылает на сообщения другого» [Куницына, Казаринова, Погольша 2001: 90]. Феномен ответной реакции на сообщения, которые служат своеобразными речевыми раздражителями, хорошо известен еще с советских времен. Такой реакцией были письма читателей, фидбэки же имели многоступенчатый характер, ср.: «Написать в газету» — это настолько обычно, естественно, массово, что без такой возможности человек не представляет нормальной жизни. Например, редакция «Правды» в среднем получает 1300 читательских писем в день — около 500 тысяч в год, редакция «Пионерской правды» — более 200 тысяч детских писем в год. Над каждым письмом работают сотрудники и активисты редакции. Присланные сигналы проверяются, многие поставленные в них проблемы решаются в рабочем порядке, по некоторым пишутся статьи, очерки, фельетоны, а значительная часть редактируется и помещается в газете. Среди читателей формируется широкий актив внештатных корреспондентов» [Васильева 1982: 13].

В настоящее время ответная реакция переместилась в электронные СМИ.

Фидбэк является целью и инструментом многих интернет-пользователей: «Пробиться можно разными способами: будь то амплуа видео-ревьюера или же блоггера. Свою популярность они приобретают именно за счет откликов других людей на их действия, т.е. получают так называемый фидбэк» [Карпова 2014: 114]. В интернет-пространстве фидбэк важен и в таком новом жанре виртуальной ре-

альности, как сетература, ср.: «Опубликовав свое произведение на просторах Сети, автор в большинстве случаев получает так называемый фидбэк (feedback) — комментарии или отзывы на работу. Как правило, именно фидбэк служит для автора стимулом к литературному самосовершенствованию» [Гуцко, Лис 2016: 58].

В отличие от электронных коммуникаций, возможности получения ответной реакции в дискурсе печатных СМИ в настоящее время сократились. Число писем в редакцию резко уменьшилось, институт внештатных корреспондентов, сформированный из читательского актива, во многом потерял свое значение с развитием блоггинга. В связи с этим фидбэки переместились из сферы внешней реакции в сферу порождения публицистического текста. На материале публикаций газеты «Аргументы недели» попытаемся охарактеризовать реактивность современного публицистического текста в двух основных аспектах. Это: а) выявление и типологизация реакций в современных публицистических текстах; б) выявление и характеристика речевых раздражителей-стимулов, активизирующих читательские реакции и формирующих «установку на ответ», ср.: «В слове говорящего всегда есть момент обращения к слушателю, установка на его ответ» [Бахтин 1996:209). Таким образом, фидбэк в публицистических текстах трактуется нами как с позиций восприятия текста, так и с позиций его порождения.

Типы реакций

1. Внешние реакции

- Читательские письма в газету
- Внешняя (определенная) реакция на публикацию:

АН заступались (за один из научных институтов. — Н. Р.) *как могли. И эти материалы регулярно появлялись на сайте института.* (АН № 22 (738), 11.11. 2020).

- Внешняя (неопределенная) реакция на неформальные вопросы/запросы газеты:

Когда АН неформально задавали вопрос «как такое возможно?» чиновникам Миннауки, лицам из РАН и прочим причастным, то никто не взял на себя ответственность за окончательное «добро». В Миннауки валили все на академию: «Их затея!» В академии загадочно говорили о заранее составленных планах экспедиций, которые утверждает Миннауки. В «конторе глубокого бурения» источник утверждал, что они только согласовывали списки министерства. Вояки, над лодками которых плавали натовские «ученые», развели руками: «Не наша компетенция» (Там же).

- Внешняя реакция, публикуемая одновременно со статьей.
КОММЕНТАРИИ-РЕАКЦИИ:

Это мнение третьих лиц или ссылка на репрезентативные источники в виде комментариев к основной проблеме публикации, ср.:

ЗАГОЛОВОК: *Генно-модифицированные паразиты*

- Аргумент эксперта (директора Общенациональной ассоциации генетической безопасности (ОАГБ), председателя Комиссии по экологии и охране окружающей среды Общественной палаты РФ Елены Шаройкиной (АН № 3 (747), 27. 01. 2021).

2. Внутритекстовые (авторские) реакции на цитаты как формы чужой речи

- Реакция (иронический ответ автора) на цитату-афоризм:

«Хочешь завоевать народ — воспитай его детей». То есть сделай такую систему образования и науки, чтобы дети врага поколения за поколением становились не сильнее и умнее, а глупее и инфантильнее. Подменяй моральные ценности, как шулер подменяет карту. Приучай, что черное — это белое и правильное, а настоящее белое — тьфу, бяка, брось немедленно, проклятый «совок» (АН № 26 (720), 08. 07. 2020).

- Реакция (оценочный ответ автора) на цитату-загадку:

Давайте вначале сыграем в игру. Она будет называться «Чья это цитата?» (АН № 26 (720), 08. 07. 2020).

- Реакция на цитату с помощью другой цитаты:

Вот что он (ректор НИУ ВШЭ Кузьминов) говорит в программном интервью: «Сегодня 2870 выпускников школы не осваивают базовых знаний и умений минимум по одному предмету, а 1870 — по двум и больше». То есть 20 лет экспериментов с системой образования дали отрицательный результат, — констатирует академик Бетелин (АН № 26 (720), 08.07. 2020).

3. Авторреакции в форме объективизации (вопроса, на который автор отвечает сам):

- *Зачем считать землю в чужом кармане? А вот зачем... (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).*

• *... Весь мир переходит на цифровую платформу, поэтому и Россия обязана следовать этому же курсу. Почему обязана? Кто так решил? Обязана, и точка (АН № 21 (715), 03. 06. 2020).*

4. Реакция интервьюируемого (в том числе использование приема домысливания реакций и их пародийного иронического представления):

- *«Кто виноват? — вкрадчиво спросил президент? «Виноваты все, кроме нас!» — находчиво откликнулся премьер. «Что делать? Что делать? — в унисон запели названные виновными главы Минэкономики, Минсельхоза, Минпромторга. «Исправим! Исправим!» — отшутились вице-премьеры и ФАС (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).*

Следует отметить, что основными формами введения реакций в текст публикаций являются прямая, косвенная и несобственно-прямая речь. Последняя «сообщает чужое высказывание от лица автора, передающего чужую речь, но с точки зрения персонажа, чьи мысли, размышления передаются» [Фещенко 2004: 49]. Ср., сочетание косвенной и несобственно прямой речи как форм текстового представления реакций на скандал, спровоцированный газетой «Guardian»:

- *«Виновных нет, зато есть скандал. Прямо с борта научного судна «Мстислав Келдыш» Орджан Густафсон из Стокгольмского университета позвонил в английскую газету «Guardian» по спутниковому телефону и рассказал, что в Арктике тикает метановая бомба, которая не просто взорвется, но и чуть не приведет к вселенской парниковой катастрофе... Скандал с «Guardian» постарались замать. Мол, ошшибочка вышла. Мы на самом деле климат изучаем, святое дело делаем... Но агентство «обс» (одна бабка сказала) распространило новость, не дав при этом никаких цифр, что в Арктику рванули теплые воды Атлантики... Климат земли под угрозой! Виноваты, естественно, Россия и лично Путин. Вот какую важную миссию делает шведско-натовско-российские экспедиции. А вы придираетесь! Не вдаваясь в научные подробности, по мнению экспертов, несут эти господа-товарищи полную ахинею. — ... Никаких взрывов метановых бомб или катастроф быть не может. Мы в сентябре были в Арктике с аппаратом Пикарро (АН № 44 (738), 11. 11. 2020).*

Средства и способы активизации фидбэка в текстах печатных СМИ

Средства и способы формирования в тексте «установки на ответ», то есть читательской реакции на высказывание автора, можно, с нашей точки зрения, дифференцировать на лексические, синтаксические и текстовые и идентифицировать как реактивные стимулы (раздражающие адресата, провоцирующие ответ).

К лексическим стимулам относятся, во-первых, **ярлыки**, ср., мнение М. Кронгауза: «Для языка пропаганды очень важно апеллировать к эмоциям, а не к разуму. Поэтому идет поиск ярлычков в истории, которые сами по себе могут вызвать отрицательную эмоцию. Есть люди, которые не разделяют взгляды власти. Но если мы навешиваем некий ярлык на них, вызывающий определенную негативную реакцию, это действует сильнее, чем просто назвать их оппонентами» [Кронгауз http]. Примером может служить заголовок:

- *Россия: отстать навсегда? ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ МРАКОБЕСИЕ* (АН № 28, 24.07.2019).

Во-вторых, к лексическим стимулам относятся другие языковые раздражители, вызывающие ответную реакцию, ср., выводы О. С. Иссерс, полученные экспериментальным путем: «Ответы на вопрос о негативных тенденциях современной речи показали, что наиболее «раздражающей» характеристикой является активное использование заимствований, которые регулярно обозначаются как «новомодные». Основанием для негативной оценки стало также использование «сокращенных слов». Нарушение языковых норм вызывает неприятие у четверти информантов. Жаргон и сленг воспринимаются как отрицательные характеристики современных дискурсивных практик примерно 10% опрошенных» [Иссерс 2019: 27].

Со своей стороны мы считаем, что наиболее частотными языковым раздражителями в публицистическом тексте являются просторечье и грубое просторечье, жаргон и сленг, ср.:

- ... *Им, простите, ПО БАРАБАНУ, как проблемы российской нации, так и грозный вид Михаила Мишустина* (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).

В печатных СМИ используются и такие раздражители, как фразеологические обороты: просторечные и грубо-просторечные, готовые, трансформированные и индивидуально-авторские (созданные по языковым моделям): *лепить схематоз, понты корявые, ответят за базар, заткнули рот, наложил лапу, ворует не по чину, пускать «американских козлов в наш огород», пинок под зад*, ср., например:

- *Пока люди по своим квартирам в режиме изоляции НАМАТЫВАЛИ СОПЛИ НА КУЛАК, через Думу и Сенат протащили законы, которые ставят цифровой крест на останках нашей независимости и личной жизни* (АН № 21 (715), 03. 05. 2020).

В-третьих, к лексическим стимулам, провоцирующим реакцию адресата, относятся **метаоператоры**, которые могут сочетаться и с другими средствами активизации читательской реакции, например, с открытым вопросом:

- *Понятно же, что ни первая, ни вторая, ни сотая такая задача не может быть решена в рамках образовательной системы, настроенной на «базовые механизмы и ценности, присущие рыночной экономике». А ПРОЩЕ ГОВОРЯ, в рамках глобального рынка, в котором нам отведена роль сырьевого придатка... А ЗАЧЕМ БЕНЗОКОЛОНКЕ ГРАМОТНЫЕ ЛЮДИ?* (АН № 26 (729), 08. 07. 2020).

Синтаксические стимулы активизации читательской реакции

С этой целью наиболее часто употребляются приемы стилистического синтаксиса: вопросы и вопросительные конструкции и такая фигура, как сермоцинацио.

Из арсенала вопросительных конструкций большим реактивным потенциалом обладает **открытый вопрос** (читателям или даже представителям власти). «Открытый вопрос провоцирует читателя на ответ — в виде письма в редакцию или публичного выражения своего, а точнее, подготовленного газетой мнения. Высокая эмотивность вопросов вызывает столь же эмоциональную ответную реакцию» [Платонова, Виноградов 1998: 266]:

- *Где Минины и Пожарские, которые должны выйти из глубины народа и прогнать этих бесов, превративших страну в полуколонию?* (АН № 39 (683), 09.10. 2019).

Реактивным стимулом является также **объективизация** — вопрос, на который автор отвечает сам:

- *Что изменилось? Воров стало меньше? Наоборот — больше, и наглость их зашкаливает* (АН № 7 (701), 26.02. 2020).

Однако самым сильным реактивным потенциалом, на наш взгляд, обладает такая разновидность вопросов, как **дубитация** — ряд вопросов к воображаемому собеседнику, служащих для постановки проблемы «Дубитация — это и своего рода план дальнейшего изложения, и способ установить контакт с читателем. Вопрос всегда обращен к собеседнику и требует от него ответной реакции» [Платонова, Виноградов 1998: 265]. Дубитация может быть использована и в начале текста, и в его конце, то есть в сильных позициях текста. Особенно действенной является финальная **дубитация**, так как вопросы дольше задерживаются в памяти читателя, активизируя его критическое мышление:

- *Интересно, когда в последний раз норвеги или шведы брали российских ученых с российским же современным оборудованием, разрешением брать образцы донных осадков и проводить суперэкспертизы прямо на борту их научного судна, отправляя результаты напрямую в ГРУ Генштаба? А может, финны брали? Греки? «Заклятые друзья» из*

Литвы? Франции? Италии? Кто еще из стран НАТО был на Келдьшие? Откуда такой жест доброй воли? Что в ответ? (АН № 44 (738), 11.11. 2020).

Сермоцинацио, фигура известная еще с античных времен, которая представляет собой «прямую речь» в ткани устной монологической речи (выступления), но не любую, а выдуманную, додуманную или в обработанной форме восстановленную самим оратором... Кроме голоса самого ратора, в его речи начинают звучать другие голоса, выступающие с других позиций; рассуждение превращается в обсуждение» [Михальская 1996: 242]. В настоящее время сермоцинацио как средство создания эристического диалога широко используется и в письменной публицистической речи:

- *ЕСЛИ ВЫ ТАКИ ДУМАЕТЕ, что мудрые «родители» страны этого не понимают, то вы глубоко заблуждаетесь. Незаконно объявленную Всемирной организацией здравоохранения пандемию к вирусу каждая страна использовала к вящей собственной выгоде (АН № 21 (715), 03. 06. 2020).*

Эффект сермоцинацио может быть усилен и модальной рамкой высказывания (вероятностного или категорического):

17 декабря 2020 г. на прямой линии, совмещенной с пресс-конференцией (или наоборот?), у Владимира Путина НАВЕРНЯКА ЗАПЛАНИРОВАННО СПРОСЯТ: «ДОКОЛЕ?» (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).

Силлепсис — «любое риторически обусловленное нарушение правил согласования морфем или синтагм» [Дюбуа 1986: 143], ср.:

- *Как, когда они так дожилились до мышей? (АН № 44 (738), 11. 11. 2020).*
- *Пандемия, пандемия, а я маленький такой! (АН № 21 (715), 03. 06. 2020).*

Силлепсис как разновидность алогизма намеренно ломает нормативную логическую структуру текста, отчего и является достаточно сильным раздражителем.

К текстовым способам активизации читательской реакции относятся такие способы стимуляции, как: моделирование эмоциогенных ситуаций, введение квазиоппонента, а также использование **ай-стопперов**.

1. **Моделирование эмоциогенных ситуаций** берет начало в художественной литературе: «Эмоциональный момент вложен в произведение, а не привносится читателем» [Томашевский 1999: 179]. Распространеннейшим способом такого моделирования является прием конвергенции. «Один и тот же мотив, одно и то же настроение или

чувство передается обычно параллельно несколькими средствами, если оно имеет большое значение для целого. Такая избыточность усиливает и концентрирует впечатление и называется конвергенцией» [Арнольд 198: 35].

В свою очередь, сильное впечатление является раздражителем, способным вызвать ответную реакцию. Кроме конвергенции, реакция достигается и таким приемом, как повтор. Приведем пример стимуляции читательской реакции посредством анафорического повтора:

«К огромному сожалению, сейчас многие направления науки превратились из инструмента познания мира в шоу «открытий». «Открытия», прорывные результаты — как наркотик, без которого «уже не можно». Как же без «открытий» — они понятны и власти, и СМИ. МОДНО ГОВОРИТЬ о громадных островах мусора в океане — будут говорить. ... МОДНО ГОВОРИТЬ о всеобщем неизбежном потеплении вместо цикличности климата — будут говорить. МОДНО о микропластике — извольте, везде найдут. МОДНО о метановой бомбе — кричать будут! А завершится все одним — грантик на исследование извольте. Большой глубинной науке, которая требует большого же и часто продолжительного труда, в такой атмосфере жить тяжело», — говорит академик Михаил Флинт (АН № 44 (738), 11.11. 2020).

2. Прием «выведения на эмоцию»: сначала «пробивается» эмоциональный барьер, а потом высказывается авторская точка зрения как единственно верная, ср., выведение на эмоцию в заголовке и лиде публикации:

Детский эколепет

16-летняя шведская школьница и экологический активист Грета Тунберг уже претендует на Нобелевскую премию мира и фигурирует в списке «самых влиятельных женщин мира». И каждый тинейджер, мечтающий хотя бы о сотне подписчиков для своего блога, закусывает губу от зависти. Дескать, как же Грете это удалось, ведь ничего принципиально нового: ну изменение климата, ну «надо беречь природу», и бла-бла-бла. Почему же в ее исполнении избитые призывы, что называется, «зашли», а сотни экологических партий с той же риторикой держат фигу в кармане? Как в анекдоте про крысу и хомяка: «Да оба мы грызуны, но просто у тебя пиар хреновый» (АН № 41(685), 23. 10. 2019).

3. Введение **квазиоппонента**, который, усложняя субъектную организацию текста, провоцирует дополнительную реакцию на различные мнения по обсуждаемому вопросу:

● *Зачем-то ПОДКОВАННЫЙ ЧИТАТЕЛЬ спросит: «А как же страшилка насчет искусственного интеллекта, который будет*

управлять вначале столичным, а затем и федеральным офисным планктоном? Жуткие заголовки типа «Москвичей отдадут в жертву ИИ»? (АН № 21 (715), 03. 06. 2020).

• «Бред и чууха!» — воскликнет в этом месте ПРОСТОЙ РОССИЙСКИЙ ГРАЖДАНИН СЕРГЕЙ ЮРЬЕВИЧ БЕЛЯКОВ, который любит разговаривать с телевизором. — Зачем им знать обо мне? Тем более они наши враги, а поклонные и домотканые сервера хранятся на родимой земле-матушке. Ни шагу байту и биты за кордон. Так когда-то говорил Заратустра, так сейчас говорит канал «Россия» (Там же).

4. **Ай-стопперы** — нестандартные средства привлечения внимания и одновременно активизации читательской реакции:

• *Вторая задача: «совершение технологического прорыва»* — вообще за гранью! Это не развитие своих исследований и разработок, а обучение студентов, «способных отбираться и развивать передовые технологии с глобального рынка». **СЛЕДИТЕ ЗА РУКАМИ НАПЕРСТОЧНИКОВ** — не сделать свое, а развить чужое (АН № 26 (720), 08. 07. 2020).

• *Все это по приказу суверенного Российского государства добровольно-принудительно сдаем в МФЦ в госучреждениях, в загсах, на сайте госуслуг, в социальных сетях, магазинах и банках, на транспорте, при регистрации поездок, при переписях населения и т.д.* **ВЕЗДЕ! ВСЕ! ВСЕГДА!** (АН № 21 (715), 03. 06. 2020).

К другим текстовым стимулам читательской реакции можно отнести стимул-загадку, стимул — читательское ожидание, намеки и некоторые иные приемы текстообразования, ср. например:

Стимул-загадка: *С землей же все СТРАНЬШЕ И СТРАНЬШЕ* (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).

Стимул — читательское ожидание: *Та самая ВШЭ, которая была создана, что не скрывается, на гранты Всемирного банка. Вам до сих пор смешно? СКОРО ОБХОХОЧЕТЕСЬ!* (АН № 21 (715), 03. 06. 2020).

В целом, материал печатных СМИ позволяет утверждать, что к динамическим процессам в публицистике относится общее повышение реактивности текста, предполагающее стимуляцию обратной связи. Это происходит под влиянием Интернет-дискурса, который содержит огромный массив текстов, нацеленных на прямое коммуникативное взаимодействие субъекта и адресата. Наиболее отчетливо реактивность текста прослеживается в коммуникативной цепи: триггер — обратная связь.

7.4. Прагматическая рамка газетного текста: триггер в политическом дискурсе и реакция на него в зеркале СМИ

Понятие «триггер» (в дословном переводе — «спусковой крючок») может иметь разные трактовки. В психологии триггер понимается как какой-либо предмет, явление, событие или действие, вызывающее эмоциональный ответ. При этом причина реакции — не сам стимул, а отношение к нему.

Что касается политического дискурса, то в основе соотносимых с ним триггеров лежат острые провокативные ситуации. С нашей точки зрения, «ТРИГГЕР в данном формате дискурса можно определить как устное или письменное высказывание представителей власти, вызывающее острую негативную реакцию общественности и СМИ и имеющее специфическую прагматическую организацию. Прагматическая рамка триггера — это: 1. Адресант (субъект в структуре органов власти — политик, депутат, чиновник). 2. Адресат — индивидуальный, групповой или массовый реципиент информации. 3. Интенция — высказать личное мнение по тому или иному вопросу, представить предложение. 4. Мишень триггера — индивидуумы, различные социальные группы и сферы деятельности. 5. Реакция — коммуникативное поведение органов власти, должностных лиц, авторитетных людей, широкой общественности, СМИ» (подробнее см. в статье Н. Б. Руженцевой, Н. Н. Кошкарновой, А. П. Чудинова, «Триггеры в дискурсе власти и их отражение в СМИ», 2021).

Основная ТИПОЛОГИЯ ТРИГГЕРОВ, отраженных в СМИ, возможна по интенциональному основанию. Это а) триггеры-мнения политиков, чиновников, депутатов, б) триггеры-предложения государственных лиц (чиновников и депутатов). Существует также группа текстов-реакций на высказанные мнения и предложения.

Триггеры-мнения — высказывания представителей органов власти (выделены заглавными буквами):

Все это не подслушанные в курилке разговоры — это публичные высказывания государственных деятелей, сделанные в ходе выполнения ими своих обязанностей. Депутата Татьяну Боженко, бывшую стюардессу, никто ведь не тянул за язык предложить жителям Сургута «ПЕРЕСТАТЬ ПРИБЕДНЯТЬСЯ» и «НЕ БЫТЬ НАХЛЕБНИКАМИ»: «У ГОСУДАРСТВА И БЕЗ ВАС ПРОБЛЕМ ДОСТАТОЧНО» (АН № 34 (678), 04.09. 2019).

Триггеры-предложения государственных лиц:

Нехитрая идея въехать верхом на нравственности в политику привела ведь в Государственную думу петербургского депутата Виталия Милонова, который ПЫТАЛСЯ ЗАПРЕТИТЬ КУРИТЬ КАЛЬЯН, ХОДИТЬ ПО ЛЬДУ НЕВЫ, А ЖУРНАЛИСТАМ ПИСАТЬ О КОНЦЕ СВЕТА. ОН ТАКЖЕ ПЛАНИРОВАЛ НАДЕЛИТЬ ЭМБРИОН ГРАЖДАНСКИМИ ПРАВАМИ И НАЛОЖИТЬ ВЕТО НА ПРЕПОДАВАНИЕ ТЕОРИИ ДАРВИНА В ШКОЛАХ (АН № 34 (678), 04. 09. 2019).

Остановимся на каждой группе более подробно.

Триггеры-мнения

Под мнением мы понимаем суждение — «форму мысли, в которой утверждается или отрицается что-либо относительно предметов и явлений, их свойств, связей и отношений и которая обладает свойством выражать истину или ложь» [Зарецкая 2007: 66]. Дифференциация триггеров-мнений определяется, прежде всего, их мишенью, то есть тем, на кого/что триггер нацелен: а) на государство; б) на отдельные категории людей; в) на сферы деятельности (коммерческую, социальную и т. д.).

Используемые нами в качестве материала печатные СМИ редко поднимают вопрос о государстве как мишени триггеров. Чаще всего журналисты пишут о том, что мишенью триггеров становятся отдельные категории людей. Это, прежде всего:

- женщины-матери:

Яснее всех высказалась директор департамента молодежной политики Свердловской области Ольга Глацких: ГОСУДАРСТВО ВАМ НИЧЕГО НЕ ДОЛЖНО И РОЖАТЬ ВАС НЕ ПРОСИЛО (АН № 34 (678), 04. 08. 2019);

- пенсионеры:

Еще круче выступил депутат Волгоградской облдумы, экс-глава регионального «Газпрома» Гасан Набиев. Он заявил, что маленькие пенсии по 7-8 тыс. руб. получают исключительно «ТУНЕЯДЦЫ И АЛКАШИ», «А У ТЕХ, КТО РАБОТАЕТ НОРМАЛЬНО, 20-25 ТЫСЯЧ И БОЛЕЕ» (АИФ № 40, 2019);

- люди, живущие у черты бедности:

Свердловский парламентарий Илья Гаффнер предложил беднякам обратиться к лечебному голоданию: «В СРЕДНЕМ ЦЕНЫ ПОДОРОЖАЛИ ПРОЦЕНТОВ НА 25. К ПРОШЛОМУ ЯНВАРЮ. Я СЧИТАЮ, ЧТО ЭТО НЕ ТАК СТРАШНО. ЕСЛИ НЕ ХВАТАЕТ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ, НУЖНО ВСПОМНИТЬ, ЧТО МЫ ВСЕ РОССИЯНЕ, РУССКИЕ ЛЮДИ. НАДО ПРОСТО ЗАДУМАТЬСЯ О СОБ-

СТВЕННОМ ЗДОРОВЬЕ, НАПРИМЕР, ПОМЕНЬШЕ ПИТАТЬСЯ» (АН № 34 (678), 04. 09. 2019).

Мишенью для триггеров могут стать сферы деятельности, и прежде всего — коммерческая и социальная:

- Глава думского комитета по энергетике Павел Завальный хрестоматийно выражает свое кредо: *«МЫ ДОЛЖНЫ МАКСИМАЛЬНО СЕЙЧАС ПОСТАРАТЬСЯ ДОБЫТЬ ВСЕ, ЧТО У НАС ЕСТЬ И ПРОДАТЬ. ПОТОМУ ЧТО ПОТОМ ЭТО НИКОМУ НЕ БУДЕТ НУЖНО»* (АН № 34 (678), 04. 09. 2019).

- Министр социально-демографической и семейной политики Самарской области Марина Антимонова так и написала на своей странице в соцсети при обсуждении вопросов о соцпособиях для малообеспеченных и неполных семей. По ее мнению, государство не должно *«ВСЕХ СОДЕРЖАТЬ»*, мол *«НАШЕ ПОКОЛЕНИЕ САДЫ И ОГОРОДЫ РАЗВОДИЛО. ЕСЛИ ХОЧЕШЬ РЕБЕНКА, ВСЕГДА НАЙДЕШЬ РЕШЕНИЕ!»* (АИФ № 40, 2019).

Другая возможная дифференциация триггеров-мнений — по степени агрессивности высказывания. Приведем пример агрессивного высказывания, вызвавшего очень резкую реакцию СМИ и соцсетей:

В августе в Интернет попала запись слов пресс-секретаря губернатора Иркутской области, которая якобы комментировала встречу президента страны с пострадавшими от наводнения: Он приехал туда на полчаса. ЛЮДИ, ВСЯ ЭТА БИЧЕВНЯ, пришли — вы бы видели, как они одеты!» (АИФ № 40, 2019).

Центром этого высказывания-триггера является ярлык БИЧЕВНЯ, который создан по достаточно продуктивной модели образования окказионализма [см., например, Сковородников, Копнина 2019: 47]. Однако в речи пресс-секретаря губернатора (представителя властной структуры), воспроизведенной журналистом, этот ярлык становится не просто шаблоном и неодобрительной характеристикой предмета, личности, явления, а их «идеологической интерпретацией» [Клушина 2008: 140].

Триггеры — официальные предложения

Под предложением традиционно понимается умозаключение вероятности [см., например, Рутковский 1956]. Авторами предложений-триггеров являются представители законодательной и исполнительной власти (адресант в каждом случае выделен заглавными буквами). Эти предложения комментируются СМИ, как правило, посредством такого речевого жанра, как осуждение (авторская позиция журналиста выражается в ироническом ключе).

Предложение 1: Толчком для нынешнего морально-идеологического цунами стал «Кодекс москвича», составленный для гостей столицы в 2008 году. Без всякого морализаторства он сообщает, что в Москве не принято резать баранов во дворе, жарить шашлыки на балконе или вызываяще рассматривать женщин. Другое дело — нравственный кодекс петербуржцев, к подготовке которого подключились ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ СОБРАНИЯ, а также «ГЛАВЫ ПРОФИЛЬНЫХ КОМИТЕТОВ СМОЛЬНОГО, ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫЕ ОРГАНЫ и другие интеллектуальные силы» (АН №34 (678), 04. 09. 2019).

Ироническая авторская позиция: Инициатором написания кодекса оказался ХУДОЖНИК ИЗ ОБЩЕСТВЕННОГО СОВЕТА ПО СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ СЗФЭО АЛЕКСЕЙ ПАНЬКО. Несмотря на наличие «рабочей группы» и других «интеллектуальных сил», он признался, что написал часть заповедей за несколько минут на коленке в метро. У Панько есть по крайней мере одно сходство с Христом — отсутствие высшего образование. Но художник, которого выгнали из десятого класса за двойки по 12 предметам, считает, что главное в непростом деле пророка — духовность (Там же).

Ирония достигается кавычками, выражением написать на коленке, сопоставлениями с Христом, биографическими деталями и контекстуальным противопоставлением: выгнали из десятого класса за двойки по 12 предметам — инициатор написания кодекса.

Предложение 2: Депутат ГД ВИТАЛИЙ МИЛОНОВ тоже продолжает генерировать идеи, поражающие воображение... Милонов предлагал кормить авиапассажиров постными продуктами, депутатов Госдумы переодеть в мундиры, а для велосипедистов ввести водительские права. А на днях парламентарий заявил, что намерен обратиться в Минпромторг с предложением запретить ввоз и продажу в России бесполок кукол Барби. «Их надо запретить к ввозу официально как кукол-уродов. Это неэтично, поскольку эти куклы — это проявление нетолерантного отношения к людям с генетическими уродствами, потому что кукла без пола — это человек без пола, человек больной, — говорит депутат. Он настаивает, что люди должны сообщать, если заметили, что где-то продают таких Барби. «Объявить, кто сдаст место, где продают таких кукол, тот получит значок или еще что-то, — сказал Милонов. А продавцам, по его задумке, причитается арест «за действия развратного характера по отношению к детям» (АИФ № 41, 2019).

Ироническая авторская позиция транслируется посредством создания контекста самодискредитации — цитирования высказываний депутата.

Предложение 3: *ГЛАВА КОМИССИИ ОБЩЕСТВЕННОЙ ПАЛАТЫ ПО КУЛЬТУРЕ ПАВЕЛ ПОДЖИГАЙЛО резко повысил свой медиарейтинг заявлением о необходимости «на какое-то время» прекратить обучать школьников иностранным языкам — это снизит эмиграцию и повысит рождаемость* (АН № 34 (68), 04. 09. 2019).

Ироническая авторская позиция транслируется посредством антитезы: *глава комиссии Общественной палаты по культуре — прекратить обучать школьников иностранным языкам, а также сопоставления: повысил свой медиарейтинг — повысит рождаемость.*

Предложение 4: *Подобным выпадам ДЕПУТАТА ПЕТРОВА уже никто не удивляется. Ранее он, например, предлагал запретить тонировку машин, а силовикам предлагал перестать называть друг друга «товарищами» и перейти на «господ». Петров предлагал запретить мат в семье (причем только мужьям) и даже запретить детям ходить в цирк, о чем он даже написал обращение к министру культуры* (АИФ № 41, 2019).

Ироническая авторская позиция транслируется посредством создания контекста самодискредитации — пересказа высказываний депутата Петрова.

Предложение 5: *Его (В. Власова, депутата Госдумы) коллега АЛЕКСАНДР ВАСИЛЬЕВ решил снискать народную любовь еще более оригинальным способом. Он в феврале предложил штрафовать пассажиров РЖД за несоблюдение гигиены и грязные носки* (АИФ № 41, 2019).

Ироническая авторская позиция транслируется посредством парадоксальности высказывания (оригинальный способ приобретения народной любви — штраф за *грязные носки*).

В СМИ идет речь и о жанровых формах высказываний-триггеров. Триггеры-предложения — это, прежде всего, побудительные жанры, активизирующие процесс выработки управленческих решений:

- Заповедь: *В итоге (работы над нравственным кодексом петербуржцев. — Н. Р.) родились 20 ЗАПОВЕДЕЙ* вроде: «Истинный петербуржец обеспечивает свою жизнь средствами, заработанными честным трудом» (АН № 34 (678), 04.09. 2019).

- Предложение-запрет: *Еще одно ПРЕДЛОЖЕНИЕ от законодателя получил глава Роскомнадзора Александр Жаров. Депутат Заксобрания Ленинградской области Владимир Петров хочет, чтобы блокировали научные сообщества в соцсетях и интернет-сайтах, например, ресурсы для антипрививочников»* (АИФ № 41, 2019).

В свою очередь, триггеры-мнения — это чаще всего оскорбления или угрозы, вызвавшие реакцию СМИ:

- Оскорбление: *Бывший глава Чувашии прославился тем, что призвал «МОЧИТЬ» ЖУРНАЛИСТОВ И ПРИЛЮДНО УНИЗИЛ ОФИЦЕРА МЧС* (АИФ № 7, 2010).

СМИ реагируют не только на вербальные, но и на невербальные триггеры-оскорбления граждан:

- Неадекватность выражается не только в высказываниях. Скажем, чиновничьи отписки — это тоже оскорбление. Также оскорбительно, когда слуги народа» щеголяют в непомерно дорогой одежде. Недавний пример — *КЕРЧЕНСКИЕ ЧИНОВНИЦЫ В ЭЛИТНЫХ ШУБАХ, ПРИНЁСШИЕ СИМВОЛИЧЕСКИЙ ХЛЕБ ЖИТЕЛЬНИЦЕ БЛОКАДНОГО ЛЕНИНГРАДА*. Их уже наказали, но это была политическая воля — формально они ничего не нарушили (АИФ № 7, 2020).

- Угроза: *В феврале на встрече с жителями поселка Суземка Брянской области директор коммунального предприятия «Суземка-комсервис» Сергей Цуканов заявил женщине: «Я сейчас тебя В РЫЛО ХЛОПНУ, поняла?»* (АИФ № 40, 2019).

В заключение отметим тот факт, что основным механизмом создания триггеров, действующим уже достаточно давно, является редуция. Приведем триггер конца советской эпохи: *«В СССР секса нет»*, возникший в результате усечения высказывания, звучавшего примерно так: *«У нас секса в СССР нет, у нас в СССР любовь»* (АН № 39 (683), 09. 10. 2019).

Существуют речевые феномены, которые не нужно смешивать с триггерами. Это:

1. Выражения политиков и государственных деятелей, которые стали афоризмами:

В. Черномырдин: *Но пенсионную реформу делать будем. Там есть где разгуляться; У меня к русскому языку вопросов нет; Надо делать то, что нужно нашим людям, а не то, чем мы здесь занимаемся; Обвиняют в чем? В коррупции? Кого? Меня? Кто? США? Чего они там вдруг проснулись?*

А. Лебедь: *Упал — отжался.*

Б. Лифшиц: *Делиться надо.* И т.д.

Разница между триггером и крылатым выражением состоит, на наш взгляд, в характере реакции. Выражения, ставшие афоризмами, вызывают смех и воспринимаются, скорее, как юмор. Триггеры же вызывают негативную реакцию и комментируются СМИ в ирониче-

ском ключе, что способствует «формированию негативно-оценочного отношения к политической реальности» [Руженцева, Шустрова, Ворошилова 2015: 229].

2. Высказывания-мемы

Мемы восходят к Интернет-дискурсу и моментально разлетаются по СМИ, но их отличие от триггеров в том, что далеко не все мемы инициируют негативную реакцию. Многие из них являются «неким паролем», который, не «утверждает напрямую, а вызывает определенные ассоциации, намекая» [Федорова, Семилет 2016: 212]. В качестве примера может служить мем «Зима близко», восходящий к «Игре престолов» и употребляющийся для описания потенциального обострения ситуации.

Реакции на триггер

Триггер можно рассматривать как диалогический жанр, имеющий свою жанровую модель. Обязательным компонентом этой модели является РЕАКЦИЯ. У триггера иная субъектная организация, чем у бытового или делового диалога, но сходство их заключается в связи между репликой-стимулом и репликой-реакцией: «структура и семантика первой инициирующей реплики в какой-то мере обуславливает форму и содержание второй ответной реплики» [Агапова 2004: 27].

Реакцией на триггер является как индивидуальная интерпретация высказывания, так и групповое мнение. Приведем основные варианты реактивных высказываний.

1. Ироническое комментирование триггеров-мнений и триггеров-предложений со стороны СМИ:

- *Борьба за духовную чистоту докатилась даже до идеи запретить видеорегистраторы: якобы они являются вмешательством в личную жизнь граждан! Хотя напрашивается другое объяснение: эти дурацкие приборы мешают судьям поверить, будто бабушка-ниндзя сама атаковала членовоз с мигалкой на пешеходном переходе. Да и сами понятия «этика», «мораль», «нравственность», в устах нынешних политиков могут надолго получить издевательский подтекст, как некогда высокое звание «интеллигент» (АН № 34 (678), 04-09 2019).*

2. Негативная реакция должностных лиц, а также высшего лица государства, представленная в СМИ:

«Мы ее (И. Алашкевич., руководителя пресс-службы губернатора Иркутской области.— Н. Р.) отстранили от работы, — доложил президенту губернатор Иркутской области Сергей Левченко. (КП, 04.09. 2019).

3. Комплексная негативная реакция (президента РФ и СМИ):

«Если человек пришел на работу в государственный орган или муниципальный и еще хамит там, людей оскорбляет, ему там не место. Я с этим полностью согласен. Как это отрегулировать в нормативной базе, давайте подумаем», — резко сказал Путин все на том же заседании СПЧ. Потому что все эти «макарошки», «качнуть права», «не просили рожать» — это только видимая нами часть айсберга. Если президент согласен, что нужно не просто наказывать, а увольнять, — значит, это уже критическая ситуация (МК PPE, 18-25.12.2020).

4. Негодование как реакция широкой общественности:

Кодекс вызвал бурю негодования у горожан, хотя содержит простые и вроде бы бесспорные истины. Но в устах чиновников и депутатов эти истины прозвучали кощунственно. Кто здесь зарабатывает на жизнь честным трудом? Кто тут являет собой «пример этики и культуры в общении», «пример всемерного соблюдения законном общества»? Кто из них «всегда готов встать на защиту памятников, архитектурных сооружений, культурных ценностей, и скверов своего города»? Как вообще эти люди с их политическими метаниями, грязными выборами и коррупцией смеют предъявить нам в два раза больше заповедей, чем Христос? (АН № 34 (678), 04. 09. 2019).

5. Негативная оценка авторитетных лиц:

- Писатель М. Тарковский: *Вспомните высказывание Чубайса, где он имел наглость заявить, что, оказывается, мы еще и в ножки должны поклониться ему и его подельникам по «бизнесу», что они, дескать, спасли всех в трудную минуту. Ну-ну...* (АИФ № 47, 2019).

6. Обращение к оскорбившему лицу или к органам власти:

Народный избранник обидел представителей ислама, когда сделал заявление по поводу храма святой Екатерины: *«Не будет храма — будут мечети, Еще одну Швейцарию получите»...* глава духовного управления мусульман региона... написал парламентарную письмо, в котором попросил объяснения. По его словам, верующие «глубоко оскорблены такой провокационной постановкой вопроса», так как она ведет к розни и вражде на почве религии... Некоторые мусульмане уже обсуждают возможность обратиться в прокуратуру или полицию» (АИФ-УРАЛ, № 25 (1333), 2019).

7. Законодательная инициатива:

- Движение «Гражданская солидарность» в декабре направило всем фракциям Госдумы предложения по совершенствованию законодательства в части защиты граждан от оскорблений представителями власти. В частности, мы предлагаем внести изменения в за-

кон «О порядке рассмотрения обращений граждан РФ» (АИФ № 7, 2020).

8. Извинения:

А вот мэр города Сибай (Башкирия) Рустем Афзалов, который в те же дни на встрече с местными жителями, записавшими видео-обращение к Президенту РФ об экологической катастрофе в городе, назвал инициатора обращения «козлом» и каким-то непонятным «экскрементом», до сих пор работает. Хотя за него извиняться пришлось главе Башкирии (АИФ № 40, 2019).

9. Политическая воля:

● *В прошлом году глава администрации Заволжска Ивановской области Александр Предтеченский оскорбил Анастасию Афанасьеву, пришедшую к нему на прием... Предтеченский в грубой форме спросил, зачем она вообще рожала ребенка. После вмешательства главы региона чиновник по телефону извинился перед Анастасией и тему закрыли. Но уже этим летом глава Заволжска ушел в отставку (АИФ № 40, 2019).*

● *Попроцалась с должностью и знаменитая чиновница с «макарошками». Год назад министр занятости, труда и миграции Саратовской области Наталья Соколова заявила, что человеку для нормального питания в месяц достаточно 3,5 тыс. рублей. Она даже пообещала составить «диетическое меню» исходя из этой суммы, поскольку «макарошки всегда стоят одинаково, кефир — тоже недорого». Уже после отставки Соколовой выяснилось, что с 2013 г. она получала из бюджета матпомощь — по 200 тыс. в год (АИФ № 40, 2019).*

10. Предложения с целью коррекции положения вещей:

Спикер (В. Володин. — Н. Р.) предложил создать на сайте ГД раздел с «экстравагантно-популистскими инициативами депутатов, чтобы там публиковать заявления, которые позорят нижнюю палату парламента» (АИФ № 41. 2019),

Таким образом, внимание СМИ к триггерам в дискурсе власти, на наш взгляд, бесспорно. Основные речевые действия СМИ в отношении триггеров — это их фиксация (цитирование или пересказ), комментирование в негативно-оценочном, часто ироническом ключе, а иногда и разоблачение адресантов:

● *Тут больше всего потрясает удивительное двоемыслие в чиновничьих головах. Те же люди, которые недавно по факту оставили миллионы людей без пенсий, предложили урезать социальную помощь для «недостаточно бедных», предложили народу месяцами жить на одних макаронах (Аргументы недели № 45 (689), 20.10.2019).*

Что касается самих триггеров в политическом дискурсе, то им присущи следующие признаки. Это высказывания:

- имеющие адресанта — представителя властных структур;
- имеющие конкретного или группового адресата;
- имеющие форму негативно-оценочных суждений (триггеры-мнения);
- имеющие форму предложений в органы власти (умозаключения вероятности);
- соотносимые с определенным репертуаром речевых жанров;
- вызывающие острую индивидуальную или общественную реакцию, а также реакцию властных структур;
- имеющие в качестве сферы-мишени государство в целом, отдельные группы людей, отдельные сферы-деятельности.

Сказанное активизирует коммуникативную деятельность автора и адресата газетного текста, усиливает его реактивность и тем самым способствует диалогизации монологической речи журналиста, трансформации письменных монологов, присущих газетной речи советского периода в диалогизированный монолог наших дней.

ГЛАВА 8

Аксиологическая специфика современного газетного текста

В формировании современного медиастиля большое значение играет его аксиологическая составляющая, включающая систему ценностей, транслируемых СМИ. Ценности — это «смыслообразующие основания человеческого бытия, задающие направленность и мотивированность человеческой жизни» [Абушенко, 2002: 21] и репрезентированные посредством оценочных суждений. С точки зрения В. И. Карасика, «ценности осмысливаются как диады с положительным и отрицательным полюсами, в этом случае контрастируют ценности и антиценности... По аксиологическому содержанию, отражающему преимущественно соотношение личного и общественного блага, различаются ценности моральные и утилитарные, по функции, характеризующей суть жизненных ориентиров, можно противопоставить телесные витальные и духовные (смысложизненные) приоритеты, по охвату субъектов, разделяющих определенные мотивирующие установки, различаются общечеловеческие, цивилизационные, этнокультурные, макро- и микрогрупповые и индивидуально-личностные ценности, по дискурсивной специализации можно охарактеризовать дискурсивно-специфические и дискурсивно-универсальные ценности (к первым относятся ориентиры политического, научного, педагогического, медийного и других типов общения, ко вторым — ориентиры личностно-обусловленной коммуникации...)» [Карасик 2019: 5—6].

Опираясь на сказанное, попытаемся в главе 8 охарактеризовать аксиологическую специфику российских газет в следующем порядке: 1) характеристика аксиологического содержания на уровне текстового фрагмента, включающего две или более точки зрения на проблемный вопрос; 2) анализ речевого представления аксиологической диады ценность/антиценность; 3) попытка установления корреляций между жанровой формой публицистики и аксиологическим содержанием.

В главе 9 нами предпринята также попытка обращения к аксиологическому содержанию русскоязычных СМИ, издаваемых за рубежом. Более подробно аксиологическая специфика публицистики 2015—2021 гг. раскрыта в следующих статьях: *Ружнецева Н. Б.* «Точка зрения в политическом дискурсе: речевое представление и аксиологическое содержание», 2022; *Ружнецева Н. Б.* «Справедливость и несправедливость: речевое представление ценностей и ан-

тиценностей в современном медиадискурсе», 2022; *Руженцева Н. Б., Кошкарлова Н. Н., Чудинов А. П.* «Жанровые модификации политического портрета в дискурсе СМИ», 2021; *Руженцева Н. Б., Ли Си Ци, Сутина А. И.* «Жанр политического портрета в русскоязычных китайских СМИ: ценности и антиценности», 2019; *Руженцева Н. Б.* «Аксиологические приоритеты в заголовочных комплексах политико-экономических текстов», 2019; *Руженцева Н. Б.* «Базовые ценности межнационального дискурса в заголовках первой русской газеты в Африке», 2012.

8.1. Точка зрения в газетном дискурсе: аксиологическое содержание

Точка зрения имеет отношения «ко всем видам искусства, непосредственно связанным с семантикой (т.е. репрезентацией того или иного фрагмента действительности, выступающей в качестве обозначаемого)» [Успенский 1995: 90]. Эту мысль, по нашему мнению, можно с полным правом отнести и к СМИ. Вне репрезентации взгляда на тот или иной фрагмент действительности публицистика, целью которой является как информирование, так и воздействие, в принципе невозможна. Точка зрения в СМИ множественна, неоднородна и динамична. Кроме того, она имеет выраженную аксиологическую природу и коррелирует с ценностями общественного порядка [Гертнер 2019, Глебович 2019, Клушина 2019 и др.]. Попытаемся охарактеризовать феномен точки зрения в печатных СМИ в аксиологическом ключе с опорой на типологию В. И. Карасика.

В качестве материала для анализа нами взяты три публикации из газеты «Аргументы недели» за 2020-2021 гг.:

1. А. Чуйков «Генно-модифицированные паразиты» (АН № 3 (47), 27. 01. 2021).
2. Д. Терентьев «Постамент без героя» (АН № 8 (752), 03. 03. 2021).
3. Д. Терентьев «Изъять и поделить» (АН № 35 (729), 09. 09. 2020).

При характеристике точки зрения в публикациях указанных авторов мы опираемся:

- во-первых, на типологию аксиологического содержания ценностей, предложенную В. И. Карасиком [Карасик 2019:5-6];
- во-вторых, на положение о существовании ценностей и антиценностей в соответствии с полюсами оценки: «Ценности осмысли-

ваются как диады с положительным и отрицательным полюсами, в этом случае контрастируют ценности и антиценности» [Там же: 5].

– в-третьих, на положение о высокой степени авторизации дискурса в современных СМИ, ср.: «Субъект в современной массовой коммуникации не просто функционален — он выступает как личность со всеми особенностями ее менталитета» [Платонова. Виноградов 1996: 256]. Сказанное связано со свободой самовыражения журналиста, и в том числе — свободой речевого представления его точки зрения на поднятую в публикации проблему.

1. А. Чуйков «Генно-модифицированные паразиты»

В статье поднимаются две проблемы: а) ввоз в Россию генно-модифицированных соевых продуктов и б) передача в «пользу глобального рынка» вавилонской коллекции растений. Остановимся на первой проблеме, соотносимой с двумя точками зрения — ЗА и ПРОТИВ.

Субъекты — выразители точки зрения на использование генно-модифицированных продуктов:

ЗА:

«Молекулярные биотехнологи», исповедующие и пропагандирующие западные технологии.

Заинтересованные субъекты — транснациональные компании (*«ребята с Уолл-стрита»*), центр технологического трансфера при НИУ ВШЭ.

Неопределенные субъекты: *Мощное лобби оказалось у заинтересантов.*

ПРОТИВ: автор статьи — журналист А. Чуйков, президент РФ В. Путин, доктор биологических наук Ирина Ермакова, селекционер — профессор РАН Александр Соловьев, академик РАН Виктор Драгавцев, другие специалисты-биологи.

ПОЗИЦИЯ НЕ ОПРЕДЕЛЕНА: совокупность неопределенных лиц: *В последнее время много говорят о генетике и геномной инженерии. Открыли «центры мирового уровня» по генной инженерии. Только открыли и сразу потребовали селекционный результат; Нынешние считают, что «среда — ничто, гены — все». Такая лысенковщина наоборот.*

Аксиологическое содержание точки зрения (ограниченный объем раздела позволяет взять в качестве иллюстрации лишь небольшие текстовые фрагменты).

Взгляд автора на проблему, затронутую в тексте, в подавляющем большинстве случаев предполагает изложение позиции ЗА и позиции ПРОТИВ.

ЗА (ориентир на использование генно-модифицированных продуктов): *«Продовольственные транснационалы» торопятся заявить свое право «первой ночи» на самые потенциально прибыльные куски российского сельхозрынка, чтобы закрепиться и остаться здесь навечно...*

Точка зрения транснациональных компаний репрезентирует антиценность — утилитарную, витальную (телесную), этнокультурную (не отражает интересы российского этноса, что соответствует квалификатору «плохой»), дискурсивно-специфическую (бытийный дискурс).

ПРОТИВ (ориентир на использование натуральных, а не генно-модифицированных продуктов): *... Еще в 2016 г. президент Владимир Путин запретил ввозить в Россию, а также выращивать на ее территории семена растений, чья генетическая программа изменена с использованием методов генной инженерии.*

Точка зрения главы государства отражает ценность утилитарную, витальную, этнокультурную (отражает интересы российского этноса), дискурсивно-специфическую.

Таким образом, аксиологическое содержание ценности и антиценности в данной публикации различается по этнокультурному компоненту: в первом случае актуализируется оценочный квалификатор «плохой», а во втором — квалификатор «хороший».

2. Д. ТЕРЕНТЬЕВ «ПОСТАМЕНТ БЕЗ ГЕРОЯ»

В статье поднята проблема установки памятников в российских городах и репрезентированы три точки зрения на специфику памятных сооружений.

Субъекты — выразители точек зрения на целесообразность установки памятников разного типа.

ЗА (установку памятников *безымянным, былинным или прикольным героям*): официальные органы, руководство регионов и городов, спонсоры, рабочие, авторы памятников, совокупность неопределенных субъектов:

- *А как тут пропишешь критерии? Поэтому дуют на воду: отклонили памятники Галине Старовойтовой и Степану Разину, но приняли сырок «Дружба».*

ЗА (установку памятников государственнымникам) — власть:

- *Власть хочет видеть на постаменте ярких государственныхников.*

ЗА (установку памятников, несущих воспитательный смысл) — автор:

● *В прошлом году случился юбилей Чехова, писавшего: «Кому чужда жизнь, кто неспособен к ней, тому больше ничего не остается, как стать чиновником». Где вспомнили о дате? Где поставили Антону Павловичу новый памятник?*

ПРОТИВ (установки памятников, лишенных, по мнению автора, воспитательного смысла):

● Автор статьи и разделяющие его мнение читатели:

Привыкнув видеть на постаменте человека с биографией, мы бываем озадачены, обнаружив там подопытную кошку, звезду или кусок поребрика.

Совокупность неопределенных субъектов (люди, народ, жители и др.):

● *Конечно, и на этом пути можно вляпаться в скандал. Как доказали власти Нововоронежа памятником Аленке. «Аленка придет за тобой», — глумились люди над inferнальной мегерой, олицетворяющей в теории чистоту и женственность.*

ПОЗИЦИЯ НЕ ОПРЕДЕЛЕНА: СМИ, совокупность неопределенных субъектов:

● *Возможно, одним из символов нашей эпохи назовут питерский новодел «Пушкин ушел».*

Аксиологическое содержание точки зрения

Точка зрения ЗА (ориентир на установку памятников государственным или безымянным, былинным или прикольным героям):

В ноябре 2017 г. в парке «Берендеевка» в Костроме открыли первый в мире памятник личной свободе человека.

Аксиологическое содержание: ценность моральная, духовная, макрогрупповая, дискурсивно-универсальная.

Точка зрения ЗА (ориентир на установку памятников, несущих воспитательный смысл):

В СМИ сообщалось, что практически самовольно устанавливались памятники Данте Алигьери, Виктору Гюго, Юрию Никулину, Михаилу Шолохову, барону Мюнхгаузену.

Аксиологическое содержание: ценность моральная, духовная, макро/микрогрупповая, дискурсивно-специфическая (дискурс культуры).

Точка зрения ПРОТИВ (ориентир на установку памятников, не несущих воспитательного смысла):

В 4-м секторе местного стадиона «Труд» посадили бронзового болельщика: простой мужик, опираясь ногой о кресло впереди себя, сжимает в кулаке газету, а раззявленный рот с папироской в уголке иска-

жен в ярком эмоциональном переживании. Похоже, он выкрикивает те самые слова, которые Роскомнадзор запрещал печатать в газетах.

Аксиологическое содержание: антиценность моральная, духовная, макро/ микрогрупповая, дискурсивно-специфическая (дискурс спорта).

В данном тексте различия между ценностью и антиценностью лежат в области дискурсивной специфики высказывания. Кроме того, между ними есть и количественное различие: ценность соотносима с более широким репертуаром точек зрения, нежели антиценность.

3. Д. ТЕРЕНТЬЕВ. «ИЗЪЯТЬ И ПОДЕЛИТЬ»

Проблема статьи — отношение россиян к предпринимателям — обозначена в ее подзаголовке: «Почему в России предпринимателей ненавидят сильнее, чем в СССР».

Субъекты — выразители отношения к предпринимателям.

ЗА (позитивное отношение): автор текста, *все умные и предприимчивые, предприниматели, бизнесмены/бизнес, богатые, верхи, олигархи, часть (процент) россиян, бывший тракторист ... который стал в районе главным спонсором и меценатом, эксперты, экономист Григорий Явлинский, колумнисты деловых изданий, исторические личности.*

ПРОТИВ (негативное отношение): автор, *люди старой закалки, народ в целом, люди, простые люди, бедные, низы, рядовые сотрудники, большинство россиян, часть (процент) россиян, представители русской культуры, пропагандисты, журналист Пол Хлебников, крестьяне перед 1917 годом, Интернет как коллективный автор.*

ПОЗИЦИЯ НЕ ОПРЕДЕЛЕНА (двойственна): народ, совокупность неопределенных лиц: *Притом, что народ всегда готов поддерживать раскулачивание очередного олигарха, все поголовно против нарушения государством их личной собственности. Никто не согласен снова стоять в очереди на квартиру, которую в любой момент смогут отобрать. А частный завод — пожалуйста. Владелец ведь чаще всего его не строил. А не строил — значит, вор.*

Аксиологическое содержание точки зрения:

Точка зрения ЗА (позитивное отношение к предпринимателям)

Колумнисты деловых изданий напоминали, что, когда в 1908 году Савве Морозову удалось купить на Нью-Йоркской бирже по бросовой цене большую партию хлопка, он отказался ее тут же перепродать и отправил товар на свои фабрики в Россию: «Чай я капиталист, а не спекулянт. У меня 10 тысяч ткачей работают, а у них семьи».

Ценность, т.е. ориентир, который можно обозначить как ответственность — responsibility [Шварц 1992], может быть охарактеризована одновременно как моральная и утилитарная, витальная (матери-

альная) и духовная, микрогрупповая и макрогрупповая (понимание этики бизнеса в целом), дискурсивно-специфическая (экономический и бытийный дискурс).

Точка зрения ПРОТИВ (негативное отношение к предпринимателям):

Русская культура и до 1917 г. не жаловала дельцов: сатирические образы капиталистов превалируют не только у семинариста Островского, но и у рыночника Чехова.

Антиценность — моральная, духовная, этнокультурная, дискурсивно-специфическая (дискурс культуры).

В этом тексте различия между ценностью и антиценностью представлены как дискурсивно-специфические: дискурс культуры склонен, скорее, к негативной оценке предпринимателей, что доказывается целым рядом произведений русской литературы XIX—XX вв.

Таким образом, точка зрения в аналитических жанрах публицистики соотносима с проблематикой текста. Количество точек зрения на проблему в рамках одного текста — от двух и более.

Аналитический текст имеет полисубъектную и оппозитивную организацию: взгляд на проблему представлен двумя (или более) группами субъектов. Число субъектов, выступающих ЗА и ПРОТИВ, может составлять более 10 с каждой стороны. Можно выделить также группу субъектов, чья позиция не определена или двойственна.

Точка зрения аксиогенна по своей лингвистической и экстралингвистической природе. Аксиологическое содержание точки зрения в текстах СМИ зависит, прежде всего, от проблематики публикации. Точка зрения соотносима как с ценностями, так и с антиценностями, которые полностью или частично коррелируют между собой. Различия между ценностями и антиценностями могут проявляться в количестве точек зрения, соотносимых с ними; в субъектах — носителях точки зрения; в речевом представлении точки зрения и в ее аксиологическом содержании, и в первую очередь — в дискурсивной специализации высказывания.

8.2. Справедливость и несправедливость: речевое представление ценностей и антиценностей в современных печатных СМИ

Понятие «справедливость» является одной из основных ценностей, соотносимых с разными форматами дискурса [Ващенко 2017, Воркачев 2017]. Справедливость находится в начале развернутого списка того, чего «хотят люди» [Таранов 2002]; она входит также в

список базовых ценностей россиян, созданный в рамках проекта «Томская инициатива» (2001). Стремление к справедливости считается важнейшей ценностью русского национального сознания: «Справедливость русский менталитет трактует как фактическое равенство для всех, как потребность в общей уравнительности... Для традиционного русского сознания характерно стремление к равенству для всех...: идея об обязательном равенстве доступа к материальным благам, материальным правам для всех, постоянная борьба с привилегиями отдельных людей и групп людей, устойчивое стремление к тому, чтобы у всех все было, но ни у кого не было бы больше других... Любое богатство русский менталитет считает нажитым нечестно — его справедливо отнять и отдать бедным и обиженным, т.е. тем, у кого богатства нет» [Прохоров, Стернин 2007: 115].

Попытаемся охарактеризовать речевое представление ценности «справедливость» и антиценности «несправедливость» в массовой прессе. Для анализа нами были взяты публикации, соотносимые с тремя ведущими медиатопиками (и соответственно — с тремя форматами дискурса): «Политика», «Экономика», «Культура». Ценность «справедливость» репрезентирована в этих публикациях как член оппозиции «справедливость — несправедливость», что очень характерно для русского менталитета, ср.: «Сама мысль о справедливости в русском языковом сознании возникает как реакция на несправедливость и проявляется, прежде всего, как возмущение последней» [Воркачев 2017: 52]. Последовательно обратимся к речевому воплощению справедливости и ее антипода.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

В разных форматах дискурса ценность «справедливость» и антиценность «несправедливость» имеют различную смысловую природу. В политическом дискурсе предметное содержание соотносится, прежде всего, с фигурой политика, с его назначением/избором и его деятельностью во имя блага широких масс, а также с торжеством справедливости и устранением несправедливости, имеющей место в социуме.

С точки зрения речевого представления ценность «справедливость» чаще всего репрезентирована посредством утвердительных или побудительных оценочных высказываний, которые не включают лексем *справедливый*, *справедливость*, но содержат имплицитные представления адресанта о справедливости и легко декодируются по моделям: «Это справедливо», «Это было бы справедливо, если...», «Это будет справедливо...», ср.: *Лукашенко не Виктор Янукович и будет*

воевать за свою власть до последнего, — уверен Кирилл Аверьянов-Минский. И правильно сделает, если будет воевать! Любой другой кандидат станет под давлением западных хозяев проводить антироссийскую политику по украинскому сценарию. Но белорусы — не украинцы. Всю Великую Отечественную войну этот братский народ сражался с фашистами не только на фронте, но и в десятках партизанских отрядов. Предателей среди них не было. Каждый третий житель Белоруссии погиб за Отчизну (ЭГ № 27(1324), 06. 07 2020).

В свою очередь, антиценность «несправедливость» наиболее ярко представлена в политическом дискурсе в форме ярлыков, В семантику последних обычно встроена не только собственно негативная, но и идеологическая оценка субъектов политической деятельности. В качестве примера приведем ярлык, использованный в подписи к фотографии, входящей в заголовочный комплекс публикации «*Под флагом предателей*»:

Самое ужасное, что в современной Белоруссии таким ПО-ДОНКАМ, как Дуж-Душевский, открывают памятные доски. Хотя этот МЕЗКИЙ НАЦИОНАЛИСТ в советские годы работал на польскую разведку и был отправлен в сталинские лагеря вместе с тысячами таких же ВРАГОВ СССР (ЭГ № 34 (1331), 24. 08. 2020).

В текстах политического дискурса ценность «справедливость» и антиценность «несправедливость» чаще всего представлены не изолированно, а в виде оппозиции СВОЙ-ЧУЖОЙ. В качестве иллюстрации приведем подпись к фотографии как элемент заголовочного комплекса публикации «В белых пальто революцию не делают». В тексте подписи представлена диада с положительным полюсом (настоящие борцы за свободу — СВОИ) и полюсом отрицательным (фашисты, маскирующиеся под борцов за свободу, — ЧУЖИЕ):

Поднятый вверх кулак — опознавательный знак американских цветных революций. Мерзавцы из ЦРУ заимствовали жест у немецких коммунистов 30-х годов и сподвижников Мартина Лютера Кинга, боровшихся против расизма. То есть самые настоящие фашисты таким образом прикидываются борцами за свободу и социальную справедливость, на деле неся очередной стране горе и слезы (ЭГ № 34 (1331), 24. 08. 2020).

ДИСКУРС КУЛЬТУРЫ

Материалом послужили две публикации, посвященные уходу Т. В. Дорониной с поста художественного руководителя МХАТ и замене ее на этом посту Э. В. Бояковым. Это статья писателя Ю. Полякова «*Мельомена повержена, или Здравствуй, местечковый Холуин*»

(АН № 5 (699), 12. 02. 2020) и открытое письмо Президенту Российской Федерации, опубликованное под заголовком «*Восстание лицедеёв*» (Там же).

Справедливость в текстах соотносится с работой Т. В. Дорониной в качестве директора МХАТ им. М. Горького, а несправедливость — с ее увольнением с этого поста.

Справедливость представлена в текстах посредством апологетизмов — позитивно-оценочных характеристик Т. В. Дорониной как деятеля искусства, внесшего огромный вклад в развитие отечественного театра, ср.: *Народная артистка СССР, полный кавалер орденов «За заслуги перед Отечеством», прослужившая верой и правдой на этом посту 30 лет, хорошо образованный и мудрый мастер, талант, появившийся из народных глубин, Великая русская актриса, великая труженица, уникальный художник, великий дар, наше Национальное достояние, выдающийся деятель нашей русской культуры.*

В свою очередь, несправедливость представлена гораздо шире. Ее семантика присутствует в заголовках обоих текстов, она репрезентируется ярлыками и негативно-оценочными суждениями, характеризующими нового художественного руководителя МХАТ Э. Боякова, а также оценочными суждениями о несправедливости по отношению к Т. Дорониной и предложениями о восстановлении справедливости.

Ярлыки в адрес Э. Боякова: *проектный менеджер, очередной «золотомасочный гений»*. К ним примыкают слова и выражения, манифестирующие принадлежность Э. Боякова к *«обновленцам», «гормональным либералам, «новодрамовцам», «пришельцам»*.

Негативно-оценочные суждения, характеризующие Э. Боякова (от лица автора или анонимного адресанта), ср.: :

- ... *Еще совсем недавно он придерживался абсолютно иных взглядов, типичных для «гормональных либералов». Мол, режиссер имеет право на любой эксперимент безо всяких моральных ограничений. Ни о какой воспитательной роли театра речи вести нельзя в принципе. Зритель в зале допустим, но не обязателен. Власть — враг, абсолютное зло. Патриотизм — последнее прибежище негодяя.*

- *Эти парни мыслят военно-полевыми или, если хотите, карательными категориями.*

Оценочные выражения и суждения о несправедливости по отношению к Т. В. Дорониной:

- *ошельмованная Доронина;*
- *Почему же сегодня в нашей стране... стало возможным пренебрежение, проявленное по отношению к Великой русской актрисе? ... Многолетний подвижнический труд служения русскому театру*

великой труженицы «не заметили». Однако посмели нанести публичное оскорбление уникальному художнику...

- *На самом деле «пришельцы» сознательно повели себя так, чтобы смертельно оскорбить и отвадить гордую, знающую себе цену Доронину от родного театра.*

- *С новым президентом вообще не согласовывались планы развития театра. Дорониной даже не показывали пьесы, принятые к постановке. Так бывает?*

Предложения о восстановлении справедливости:

- *То, как развивается конфликт в реальности, делает очевидным, что Министерством культуры РФ допущена грубая ошибка, и ее надо исправить как можно скорее.*

- *Единственное верное решение проблемы на данном этапе мы видим в необходимости возвращения в художественное руководство МХАТ им. Горького Т. В. Дорониной.*

Таким образом, текст, соотносимый с дискурсом культуры, свидетельствует о том, что репертуар речевых способов представления антиценности «несправедливость» вновь оказывается шире и разнообразнее, чем репертуар представления ценности «справедливость». Сказанное, как и в предыдущих случаях, свидетельствует, на наш взгляд, об аксиологической асимметрии текста — преобладании негативных смыслов.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

В публикациях, соотносимых с экономическим дискурсом, аксиологическая диада «справедливость-несправедливость» представлена, пожалуй, ярче всего. В качестве иллюстрации используем материал из статьи А. Чуйкова (АН № 1 (695), 15.01.2020), посвященной налогообложению: *«Россия — отстать навсегда? Мытари не плачут, мытари поют».*

Справедливость, понимаемая как справедливое налогообложение, представлена в тексте:

- презентацией экспертов: Кашина В. А., доктора экономических наук, и Абрамова М. Д., почетного профессора Московского налогового института РОС НОУ, кандидата технических наук;

- ссылками на мнение экспертов: *...Эксперты с цифрами в руках доказали, что если бы добытая нефть принадлежала государству, а не частным компаниям, то бюджет был бы толще на 8,5 трлн. рублей в год;*

- посредством речевых жанров «рекомендация», «предложение»: *...Это решается только одним способом — радикального ожив-*

ления внутреннего потребительского спроса. И не через кредитование, сливки с которого снимают и без того жирные банковские коты, а через банальное увеличение количества денег у простых людей. То есть надо больше платить и меньше выжимать;

- аллюзиями, отсылками к прецедентным феноменам, в сочетании с юмором: ср.: *Как утверждают знатоки вопроса, первым налоговым инспектором был бог торговли, хитрости, обмана и лукавства господин Гермес. Он ходил по Олимпу и сиibal пятаки с других богов.*

В свою очередь, аксиологическая асимметрия в данном тексте носит выраженный характер: несправедливость имеет множественные способы структурного и собственно речевого представления.

Структурное представление антиценности (на уровне заголовочного комплекса):

ЗАГОЛОВОК: *Россия — отстать навсегда? Мытари не плачут, мытари поют*

ЛИД-ПРОГНОЗ (в сокращении): *Сегодня окинем взглядом безжизненное поле российском промышленности, которое после налоговых бомбардировок вспахать, похоже, скоро будет невозможно.*

ВНУТРЕННИЕ ЗАГОЛОВКИ:

- *Грабь заработанное*
- *Сколько-сколько?*
- *Имитация деятельности*
- *Мечты о будущем*

ВРЕЗКИ

- *На 100 рублей зарплаты в России почти 80 рублей налогов!*

ЗАГОЛОВОК СОПУТСТВУЮЩЕГО ТЕКСТА: *Преданья старины глубокой*

Речевое представление несправедливости можно, на наш взгляд, соотнести а) с репертуаром первичных жанров, организующих внутреннее пространство статьи; б) языковыми и речевыми средствами и различными приемами текстообразования.

Репертуар первичных жанров, репрезентирующих антиценность «несправедливость» :

- прогноз: ... *заранее ясно, что лозунг «люди — вторая нефть» окончательно завладел умами нашей монетаристской «элитки». И налоговые тиски будут сжиматься все сильнее;*

- предположение: *А уж что творилось бы на выборах! Никакой Чуров не помог бы партии, которая одобряет такие налоги;*

- слухи: *Говорят, что НДС активно навязывали американские советники из МВФ;*

- обращение: *Ау, кто-нибудь слышал хотя бы о попытках вернуть в казну 12 с половиной триллионов рублей в год? Тишина в ответ...*

- совет: *Когда социолог, отвечающий за промышленность, будет хрипеть, что у нас нет денег построить свои самолеты, поэтому мы будем кормить американский «Боинг», напомниме ему о 12 триллионах;*

- обвинение: *Противники сразу начинают подло бить под дых: «Повышение зарплат и снижение налогов приведет к дисбалансу бюджета и невозможности исполнения социальных обязательств». Привычно врут, как дышат.*

Языковые и речевые средства и приемы текстообразования

1. Ярлыки: *Скорее всего, это враги...если не всего рода человеческого, то российских граждан точно!*

2. Авторские (журналистские) суждения — утверждения: *В любом случае весь этот налоговый пресс давит на конечного потребителя. На нас с вами.*

3. Фактологические аргументы: *Смотрите: с 2000 по 2012 год экспорт России вырос в 5,2 раза, а возмещение НДС — в 16 раз. Это значит, что значительная доля НДС, а именно 67,5 % возмещалась незаконно.*

4. Аргументы — ссылки на мнения экспертов: *Большинство разумных экспертов уже давно кричат, что НДС в 20% — это безумие и вредительство. А уж его возмещение сырьевым российским шейхам — это грабеж всей страны.*

5. Аргументы — сопоставления: *Налоговая нагрузка на среднестатистическое предприятие в России в 5-8 раз (!) выше, чем в США.*

6. Отсылки к прецедентным текстам, литературные и исторические аллюзии:

- *Взглянем на сегодняшнюю дань глазами хана Тохтамыша.*

— *Налоговые органы Золотой Орды, наверное, обзавидовались бы. Они с помощью огня и меча брали какие-то жалкие 20%. Сегодня в России работники, а, точнее, работодатель платит в разы больше.*

7. Риторические средства, тропы, фигуры, цепочки вопросов (дубитация, объективизация, обсуждение, риторический вопрос):

- *А что будет кушать этот самый предприниматель? Ведь доходность дела должна быть более 200%. Что это должно быть? Наркотики? Оружие? Живой товар, как у злодея Негоро?*

8. Введение в текст додуманной чужой речи: *Как только речь заходит просто о попытках каким-то образом запустить граждан-*

ское производство... срезать налоговую нагрузку, обеспечить госзакупки произведенного товара, — как на говорящего набрасывается вся свора правительственных монетаристов. Инфляция, МОЛ, неустойчивость таргетирования, все разворуют. Вкладывать можно только в добычу нефти и газа. Вот тут отдача! Вот тут экспорт! Вот тут развитие экономики и инвестиций — как грязи!

9. Контексты самодискредитации: *Один из самых рьяных сторонников выжимания налогового сока из заводов и людей — первый вице-премьер и министр финансов одновременно... неожиданно брякнул: «30% одних страховых взносов! Я уж не говорю про НДС, про подходящий налог. В других странах нет такой нагрузки. И здесь мы проигрываем конкуренцию, конкурентноспособность нашей налоговой системы по сравнению с другими странами». Причем брякнул не абы где, а на Гайдаровском форуме, который иногда называют «шабаш монетаристов».*

Представленный материал позволяет сделать следующие выводы.

1. Аксиологическая оппозиция «справедливость — несправедливость» широко и разнообразно представлена в медиадискурсе и соотносится с целым рядом его форматов (политическим, экономическим, образовательным, культурным и др.).

2. Речевое представление справедливости/несправедливости в каждом формате медиадискурса зависит от предметно-содержательной и аксиологической специфики исходной сферы (политики, экономики и др.).

3. Имя ценности и антиценности («справедливость»/ «несправедливость») в текстах публикаций в подавляющем большинстве случаев отсутствует. Утверждение справедливости в текстах СМИ происходит в форме такого представления ситуации, из которого можно вывести умозаключение: «Это справедливо...», либо в форме отрицания несправедливости. В свою очередь, «несправедливость... в современной речи передается преимущественно через конкретные факты нарушения справедливости» [Воркачев 2017: 53]. Интерпретация фактической несправедливости опирается на жизненный опыт реципиента, на его культурологический тезаурус и аксиологическую сетку, а также на логическую процедуру выводного знания.

4. Аксиологическая организация текстов СМИ предполагает аксиологическую асимметрию: антиценность «несправедливость» репрезентирована более широко и разнообразно, чем ценность «справедливость». Для речевого и текстового представления несправедливости употребляется достаточно широкий спектр первичных речевых жанров, а также средств и приемов текстообразования. Сказанное корре-

лирует с количественным преобладанием языковых средств негативной оценки над средствами позитивной оценки, что является, на наш взгляд, одной из ведущих особенностей текстообразования в современном медиадискурсе.

8.3. Аксиологический модус в жанровых модификациях политического портрета

Политический портрет как жанровая разновидность политического дискурса активно вошел в практику печатных и электронных СМИ в начале XXI века. Динамическое становление этого жанра было обобщено М. А. Кормилициной в 2004 году: «Создаваемый СМИ имидж представителей верховной власти и политиков динамичен. В 2000 г., когда первые лица государства только что «встали у руля», в газетах были популярны такие жанры, как политический портрет, портрет-досье и подобные им... К 2023 г., во-первых, сам жанр политического портрета постепенно уходит из прессы и заменяется интервью с этими лицами. А это снижает долю ответственности журналистов за оценки политических деятелей и одновременно создает впечатление фактуальности, объективности. Во-вторых, изменилась и содержательная сторона оценок. Деятельность лидеров в большинстве официальных СМИ в основном оценивается положительно. Новые мнения встречаются очень редко (исключение составляют немногие оппозиционные СМИ). Отрицательно оцениваются только лидеры недавнего прошлого — Б. Ельцин и его окружение, так называемая семья [Кормилицина 2004: 67-69].

Однако к настоящему времени жанр политического портрета претерпел существенные изменения. Инвариант политического портрета, ближе всего к которому стоит портрет-очерк с элементами характеристики, представлен в статье И. В. Козловой, обобщившей специфические черты данного жанра: «1) выбор точного ракурса портрета (через изложение ситуации существующей, прошедшей или предполагаемой); характеристика отдельных личностных качеств героя; 3) оценка профессиональной деятельности; 4) презентация в тексте читательской реакции; 5) прогноз предсказуемости/непредсказуемости дальнейших политических шагов и развития ситуации в целом» [Козлова 2001: 129]. Вместе с тем к 2021 году сложился достаточно обширный репертуар жанровых модификаций политического портрета, неизменно вызывающих читательский интерес.

Исследование большого текстового материала дало нам возможность выделить в популярных СМИ более 20 жанровых модифи-

каций политического портрета, которые можно дифференцировать на несколько больших групп.

Попытаемся кратко охарактеризовать аксиологический модус некоторых модификаций. В связи с этим хотелось бы заметить, что дифференциация и идентификация жанровых модификаций является в известной степени условной. Почти любая из модификаций — это синкретичная форма, в тексте которой взаимодействуют фрагменты разных жанров, происходит их диффузия, возникает так называемая «жанровая амальгама». В свою очередь, разграничение форм лежит в плоскости интенции автора-журналиста. Еще раз подчеркнем, что мы лишь исследуем информацию о российских политиках, представленную в современных российских СМИ, но не транслируем собственную точку зрения на крупнейшие политические фигуры XX века.

Политический портрет-очерк

Политики как герои портретного очерка — это «люди действия, не изолированные от общества, а рассматриваемые во всем богатстве их социальных связей» [Грабельников 2004: 236]. Жанрообразующими признаками политического портрета-очерка можно считать: документальность, повествование от третьего лица, свободный выбор и сочетание текстовых компонентов, исключение художественных элементов, хронологические сдвиги, авторские комментарии событий, связанных с политиком, ср. заголовочный комплекс очерка об А. Н. Косыгине:

ЗАГОЛОВОК: *Косыгин. Спасение СССР*

ПОДЗАГОЛОВОК: *Сын токаря, занимающийся ширпотребом, провел главную операцию войны*

ВНУТРЕННИЕ ЗАГОЛОВКИ:

- *Глас народа*
- *Король ширпотреба*
- *Блокадный хлеб*

Авторское отношение к политику, его оценка наиболее последовательно прослеживаются в оценочном авторском комментарии, ср., авторское отношение к герою очерка, определяющее аксиологический модус целого текста посредством целого ряда позитивно-оценочных квалификаторов:

Самым, пожалуй, главным ДОСТИЖЕНИЕМ Алексея Косыгина можно считать то, как к нему ОТНОСИЛИСЬ В НАРОДЕ. Скажем, ведущего партийного идеолога СССР Михаила Суслова сторонились и недолюбливали. Над генсеком ЦК КПСС Брежневым, «добрым царем

Леонидом», откровенно посмеивались, сочиняя анекдоты. А вот к председателю Совета министров Алексею Косыгину ОТНОСИЛИСЬ С ТЕПЛОТОЙ и большим УВАЖЕНИЕМ. И было за что. Тот «СТА-РЫЙ ДОБРЫЙ СОЮЗ» — это все-таки не грозное дыхание сталин-ской империи и не пустые магазинные полки середины 1980-х. Это как раз полтора десятка тех самых лет, когда советским премьером был Косыгин (АИФ № 8, 2019).

Портрет-версия

Версия — это «разновидность, вариант в изложении, толковании чего-н. в рассказе о чем-н. (одно из предположений относительно характера и связей фактов, установленных следствием; спец.)» [Словарь русского языка, 1990].

В жанре версии осмысливаются неоднозначная политическая фигура, а также какой-либо малоизвестный или спорный факт из биографии политика. Жанрообразующими признаками версии являются: наличие собственно версии, то есть небесспорной точки зрения на личность и действия политика, субъективная вероятностная модальность текста, его внешняя и внутренняя полемичность, наличие вопросов и вопросно-ответных конструкций, а также такие речевые действия, как обсуждение, констатация факта и опровержение. В качестве примера приведем заголовочный комплекс интервью-версии, которое представляет собой диаду: вопрос (информационный повод, предлагаемый интервьюерами — журналистами А. Гришиным и Р. Головановым) — ответ (точка зрения интервьюируемых — историков Е. Спицына и Н. Сванидзе):

ЗАГОЛОВОК: *Почему Сталин начал террор и были ли у вождя двойники?*

ПОДЗАГОЛОВОК: *Историки ответили на самые популярные вопросы о генералиссимусе*

ЛИД: *Со дня рождения «отца народов» исполнилось 140 лет. Это официально. По другим данным, уже 141 год... Но историки до сих пор ломают копы вокруг личности товарища Джугашвили. Кем он был — мудрым правителем или тираном, совершавшим чудовищные ошибки? Свою точку зрения высказали историки Евгений Спицын и Николай Сванидзе.*

ВНУТРЕННИЙ ЗАГОЛОВОК — 1: *Приказал убить Кирова?*

ВНУТРЕННИЙ ЗАГОЛОВОК — 2: *Проблемы с психикой?*

ВНУТРЕННИЙ ЗАГОЛОВОК — 3: *Тихий и неприметный?*

ВНУТРЕННИЙ ЗАГОЛОВОК — 4: *Был аскетом?*

ВНУТРЕННИЙ ЗАГОЛОВОК — 5: Помешался на своей безопасности?

ВНУТРЕННИЙ ЗАГОЛОВОК— 6: Верил Гитлеру? (КП 18-26, 12. 2019).

Основной способ репрезентации аксиологического модуса в политическом портрете-версии — это подчеркнуто вероятностный характер сообщения, ср. реплику Е. Спицына, в которой неоднократно подчеркивается недостоверность негативной информации:

— *А как же знаменитое ленинское «Письмо к съезду» («Сталин слишком груб, и этот недостаток, вполне терпимый в среде и в общении между нами, коммунистами, становится нетерпимым в должности генсека»). — Ред.)?*

Е. Спицын: ЕСТЬ БОЛЬШИЕ СОМНЕНИЯ, что это он диктовал. Ленинской рукой ничего не написано. Он и не в состоянии был писать, потому что был парализован. СКЛОНЯЮСЬ К ТОМУ, что по крайней мере часть ТАК НАЗЫВАЕМОГО «ЛЕНИНСКОГО ЗАВЕЩАНИЯ» была состряпана либо кем-то из его ближайших родственников — не исключено, что Надеждой Крупской и его младшей сестрой Марией Ульяновой, либо Троцким и его правой рукой Склянским (Там же).

В целом аксиологический модус данного политического портрета обусловлен, с одной стороны, отношением историков к И. В. Сталину, а с другой — заменой квалификатора «плохой» на квалификатор «хороший» в тех фрагментах текста, которые написаны в рамках речевого жанра «опровержение», ср.:

А. ГРИШИН, Р. ГОЛОВАНОВ: Приходилось читать, что Сталин вовсе не был аскетом. Например, заводил роман с балеринами Большого театра...

Е. СПИЦЫН: Да прекратите! У него даже времени на это не было. Этот человек был целиком и полностью нацелен на работу (Там же).

Наиболее распространенными вариантами версий в популярных СМИ являются СЛУХИ, «представляющие собой неофициальный информационный повод» [Жоньков 2007: 60]:

• *Действительно, экс-президент Николя Саркози пользовался РЕПУТАЦИЕЙ презвенника. ГОВОРЯТ, что даже на его свадьбе с Карлой Бруни вместо традиционного шампанского подавали свежевыжатый апельсиновый сок. Как-то не по-французски (МК РРЕ, 22-29. 01. 2020).*

Авторизация дискурса в жанре слуха может определяться иронической тональностью, которая детерминирует сдвиг аксиологического модуса текста в сторону негативной оценки.

Портрет-рецензия. Портрет-отзыв

Политический портрет-рецензия относится к публицистической рецензии. Последняя содержит такие инвариантные тематические компоненты, как «данные о рассматриваемом произведении, о замысле его автора, дает анализ и намекает на общественную значимость работы» [Грабельников 2004: 208]. Кроме того, инвариантным текстовым компонентом рецензии является частная и общая оценка.

К жанровой разновидности политического портрета-рецензии примыкает другой оценочный жанр — **отзыв о политике**. Отзыв может быть как самостоятельным текстом, так и фрагментом более крупного жанра, например, интервью. Как правило, отзыв как небольшой политический портрет касается лишь одного-двух аспектов деятельности политика. Аксиологический модус отзыва зависит от выбора политической фигуры и от личного отношения журналиста к политику, ср., например, фрагменты сопоставительного отзыва о российских политиках (негативно-оценочный квалификатор ярче всего проявляется в отзыве об эпохе Б. Ельцина):

Русские горки

«АИФ» оценил изменения в жизни простых людей за 70 лет вместе с кандидатом экономических наук, создателем сайта «Нескучная экономика» Михаилом Соловьевым.

При СТАЛИНЕ зарплаты были минимальными за все последние десятилетия, колхозники не получали пенсий. Обучение в институтах и старшей школе было платным. Но небольшие доходы распределялись среди населения наиболее равномерно. Позади была страшная война, голод. И оптимизм вызывало любое улучшение жизни.

При БРЕЖНЕВЕ не было массовых репрессий и разрушительных реформ. Жизнь была спокойной, зарплаты росли быстрее, чем цены. Но возник товарный дефицит... Неравенство в нашем обществе возникло уже тогда. Благополучным брежневское время кажется в сравнении с проблемами, которые есть сегодня у пенсионеров из самых бедных семей. Но у большинства работающих граждан сейчас больше возможностей жить достойно.

В 1990-е гг. при ЕЛЬЦИНЕ экономика рухнула, государство фактически стало банкротом — и жизнь ухудшилась по всем направлениям.

Затем в нулевые в течение нескольких лет российская экономика росла быстрее, чем мировая. Этому способствовали реформы, проведенные в начале президентства ВЛАДИМИРА ПУТИНА, и высокие цены на наш сырьевой экспорт (АИФ № 23, 2020).

В целом, аксиологический модус портрета-рецензии и портрета-отзыва является идентичным и зависит, прежде всего, от личных представлений пишущего. В свою очередь, различие между этими жанровыми модификациями заключается в объеме текстов, в их целостности/фрагментарности, а также в широте охвата политической действительности.

Портреты, обращенные в прошлое. Портрет-отчет

К портретам, обращенным в прошлое, относятся портреты-воспоминания (мемуары) и портреты-отчеты (отчет входит в систему информационных жанров СМИ). По происхождению отчет восходит к соответствующему жанру официально-деловой речи, основная задача которого — представить сведения за определенный период деятельности лица или организации. В свою очередь, газетный отчет — это информационный жанр, задача которого — «дать читателям достаточно полное, развернутое представление о конкретном событии, его ходе, развитии, значении для общества» [Грабельников 2004: 2018].

Такая модификация политического портрета, как портрет-отчет, стоит ближе всего к предвыборному отчету, который, в свою очередь, соотносится с прямым информационным газетным отчетом: «Журналист лишь точно и подробно отражает события, ничего не комментируя. Его позиция выражается в том, на каких фактах, деталях он акцентирует внимание читателя...» [Там же 2018].

Приведем пример акцентирования внимания на определенных фактах:

5 достижений Владимира Путина

Факт 1. *Среднемесячная зарплата выросла*

Факт 2. *Средняя пенсия выросла*

Факт 3. *Рождаемость выросла*

Факт 4. *Продолжительность жизни выросла*

Факт 5. *Протяженность дорог в России выросла* (Предвыборная газета «Команда Путина», Екатеринбург 2018).

Аксиологический модус портрета-отчета в большинстве случаев позитивный: фигура политика подается посредством презентации положительных изменений в стране, городе, регионе за период его пребывания на той или иной государственной должности. Возможны отчеты и о более частных событиях, хотя в «чистом» виде портреты-отчеты встречаются в популярных СМИ достаточно редко (это, скорее, жанр предвыборной прессы). Тем не менее элементы портрета-отчета часто включаются в иные жанровые формы. В качестве примера при-

ведем фрагмент корреспонденции о прощании с Ю. Лужковым, которая включает и текстовые элементы отчета о событии, и элементы характеристики В. Путина как человека, способного по достоинству оценить тех, кто работал на благо РФ. Авторская позиция и позитивно-оценочный аксиологический модус наиболее ярко репрезентированы, на наш взгляд, в последней фразе текста:

...Президент проводил экс-мэра столицы в последний путь и долго разговаривал с Еленой Батуриной...

Путин пришел тоже как обычный посетитель, положил букет алых роз, трижды перекрестился, обнялся с Еленой Батуриной и родными Юрия Лужкова. Ничего говорить не стал, сел рядом с вдовой и о чем-то минут десять беседовал с ней вполголоса. Впрочем, больше говорила Батурина. Путин больше кивал, качал головой...

Вряд ли они говорили о политике или месте, которое займет Лужков в истории, но, приехав в храм, Путин подчеркнул, что современные власти с уважением относятся даже к тем, кого вряд ли когда-то можно было назвать соратниками. Путин три года назад фактически вернул из опалы уволенного по зловещей статье Лужкова, наградив орденом «За заслуги перед Отечеством» IV степени и сделал его полным кавалером этого ордена. Это был день торжества Лужкова и день его окончательного выхода на пенсию со спокойной душой. И ТО, ЧТО ПУТИН ПРИЕХАЛ ПРОСТИТЬСЯ С ЛУЖКОВЫМ, БЫЛ СИМВОЛИЧЕСКИЙ, НО ОЧЕНЬ ПРАВИЛЬНЫЙ ЖЕСТ (КП № 141, 2019).

Портреты, обращенные в будущее. Портрет-прогноз

Прогноз является одним из активно развивающихся жанров СМИ. «Основным признаком прогностического высказывания, его введискурсивным инвариантом являются: а) наличие в высказывании слова/словосочетания, манифестирующего КОНСТРУКТ БУДУЩЕГО; б) лексико-грамматическая обращенность всего высказывания ЗА МОМЕНТ РЕЧИ» [Руженцева, Кошкарлова 2016: 163]. Портрет-прогноз бытует в СМИ в виде целого ряда разновидностей. Возможны собственно прогнозы о будущем политика и прогнозы, реализующие развлекательную интенцию (гороскопы, предсказания, стихотворные и закодированные формы).

Инвариантными текстообразующими признаками портретов-прогнозов являются также: а) субъектная организация текста (ссылки на экспертов или иных авторитетных лиц, на мнение СМИ, а также на организации, проводящие специальные исследования); б) вероятност-

ная модальность текста (условные и вводные конструкции, домысливание, использование версий фактов и т.д.). Аксиологический модус прогноза определяется характером предположений автора прогноза, его мнением по поводу исхода предстоящих событий.

Приведем такой вариант прогноза, как ГОРОСКОП (мнение о будущем основывается на взаимном расположении планет и звезд), ср., фрагмент интервью с президентом Русской астрологической школы Александром Зараевым.

1. Позитивный прогноз

ЗВЕЗДЫ ПЕРВЫХ ЛИЦ

— *Смотрели ли вы гороскопы политиков, что в них? Например, Башад Асад, президент Сирии...*

— *У него сильный гороскоп, и скоро он сможет сформировать новое окружение...*

2. Негативный прогноз

Дональд Трамп, президент США...

— *У него сейчас работает та же программа в гороскопе, которая, как я и предсказывал в начале 2016 года, вопреки мнению многих политиков, привела его к власти в том же году. Сейчас, в 2020 году, я сказал бы так: у него много шансов выиграть выборы, но он создает себе большое количество проблем, которые могут стать причиной либо его отставки, либо импичмента в конце 2022 года...*

3. Неопределенный прогноз

Владимир Путин, президент РФ.

— *Расположение планет требует от Путина более кардинальных решений, к чему он не очень расположен... Но по крайней мере во второй половине 2020 года мы можем увидеть Путина, который управлял экономикой после кризиса 2008 года 12 лет назад. Тогда он был премьер-министром, действовал жестко и уверенно — тогда других вариантов не было. Примерно такая же история будет и в наступающем году (АН № 50 (694), 25.12- 2019).*

Политический портрет-прогноз — это креативный динамичный жанр. Его модификации возможны даже в стихотворной форме, содержащей мысли о возможном будущем политика и возглавляемой им страны. Полюса оценки в прогнозе достаточно однозначны и устойчивы, и чаще всего соотносятся с квалификаторами «плохой» — «хороший».

Таким образом, представленные жанровые модификации политических портретов дают возможность утверждать, что их аксиологический модус зависит, прежде всего, от субъектной организации текста и от точки зрения адресанта на жизнь и деятельность политика. Ак-

сиологический модус может быть позитивно-оценочным, негативно-оценочным или смешанным. Это зависит от общей биполярности оценочного поля в СМИ, от личного отношения адресанта к тому или иному политику и, наконец, от соотношения типов информации в тексте того или иного жанра. Сказанное детерминирует тот факт, что оценки в политических портретах могут подменять логические аргументы, Тем самым аксиологический модус субъективизируется, а у читателя может формироваться неточное представление о политике и его вкладе в историческое развитие той или иной страны.

ГЛАВА 9

Лингвокультурологические особенности русскоязычных печатных СМИ за рубежом

9.1. Русскоязычная пресса за рубежом: понятие и функции

Русскоязычная пресса в настоящее время получает все большее распространение в странах ближнего и дальнего зарубежья (более подробно о русскоязычной зарубежной прессе см. Руженцева Н. Б. «Русскоязычная пресса за рубежом: универсалии и специфика анализа политических текстов», 2016; Руженцева Н. Б., Нахимова Е. А. Лингвокультурологическая специфика политического портрета в русскоязычных СМИ Монголии», 2019; Руженцева Н. Б. «Базовые ценности межнационального дискурса в заголовках первой русской газеты в Африке», 2012).

Попытаемся дифференцировать понятия «пресса русского зарубежья» и «русскоязычная зарубежная пресса». Под русским зарубежьем понимается русская диаспора — люди, покинувшие Россию в период 4 волн эмиграции — первая (после 1917 года) и четвертая (с конца 80-х годов). Изучение языка эмигрантов может строиться по разным направлениям, ср., например у Е. Н. Земской, исследовавшей устную речь: «Мной было избрано комплексное направление исследования. Была поставлена задача в многообразии фактов обнаружить общие закономерности, характеризующие особенности языка русской диаспоры, найти корреляции между историческими, социальными, культурными, индивидуальными особенностями русского языка» [Земская 2001: 115]. В свою очередь, под прессой/печатью (письменной формой русского зарубежья) понимается «печать русской диаспоры государств, граничащих с Россией, и печать дальнего зарубежья» [Краснова 2015: 4]. Как следствие, представители русского зарубежья (субъекты, продуцирующие и воспринимающие русскую речь) — это эмигранты, носители в той или иной степени сохранившегося русского языка и русской культуры, имеющие за рубежом и свои культурные центры, и свои издания, что определяет и смысловое наполнение терминологических словосочетаний «язык русского зарубежья», «газеты русского зарубежья», «дискурс русского зарубежья» и др.

Что же касается понятия «русскоязычная зарубежная пресса», то это не печать русской диаспоры. Это печатные издания, которые издаются в странах ближнего и дальнего зарубежья на русском языке.

Учредители и издатели такой прессы — или зарубежные, или совместные с российскими органы. Так, ежемесячный иллюстрированный журнал «Партнеры» является органом пресс-канцелярии Госсовета КНР, а его учредитель — пресс-канцелярия Народного правительства провинции Хэйлуцзян; журнал «Дыхание Китая» — это совместный проект «Российской газеты» и Международного радио Китая; журнал «Китай» выпускается издательством «Жэньминь хуабao», имеющим представительство в Москве; русскоязычная газета «Новости Монголии» — это издание агентства МОНЦАМЭ, а газета «Монголия сегодня» и приложение к ней «Вестник центра «Москва — Улаанбаатар» — «издается при поддержке представительства Москвы в Монголии» [Михалев <http>] и др.

Функциональная направленность подобных изданий может быть различной. Во-первых, они реализуют задачи формирования и укрепления контактов, диалога и взаимопонимания народов разных стран, ср., высказывание Цай Минчжао, заместителя начальника пресс-канцелярии Госсовета КНР, президента Китайского международного объединения издательств:

«Издание журнала «Китай» является конкретным воплощением укрепления обменов между Китаем и Россией и удовлетворяет нуждам российского народа в знакомстве с современным Китаем, внося тем самым вклад в укрепление китайско-российской дружбы» («Китай», №11(13), 11. 2006).

Во-вторых, такая пресса имеет ярко выраженную культурологическую направленность, знакомя российских читателей с реалиями другой страны, ср.:

«В основу проекта заложено расширение контактов между молодежью России и Китая, знакомство с культурой и традициями страны-партнера. В этой сфере работа таких изданий, как «Дыхание Китая», представляется очень полезной и заслуживает высокой оценки» (из приветственного слова Чрезвычайного и Полномочного Посла Российской Федерации в Китае А. И. Денисова журналу «Дыхание Китая»).

В-третьих, в зависимости от фактора адресата (широкая российская общественность или русскоязычная диаспора той или иной страны) русскоязычная зарубежная пресса может решать и более частные задачи, например, освещать некоторые вопросы жизни русской диаспоры, как это делается в русскоязычной монгольской прессе.

Наконец, авторами текстов зарубежной русскоязычной прессы являются не только носители русского языка, но и иностранцы, пишущие на русском языке. Как правило, тексты, написанные теми и дру-

гими, в подобных изданиях чередуются, а редакторы представлены и той, и другой стороной, ср. редакционный коллектив журнала «Партнеры» (КНР): директор и главный редактор: Фан Жуйхэ, заместитель главного редактора Цзян Ян, ответственные редакторы: Ци Цзин, Лариса Жебокритская. То же самое (двусторонняя представленность) относится и к переводчикам: среди них есть и россияне, и люди иных национальностей.

Таким образом, под русскоязычной зарубежной прессой понимаются современные печатные издания (и их электронные варианты), написанные на русском языке. Учредителями и издателями этих изданий является, как правило, зарубежная сторона, в той или иной степени взаимодействующая с российской стороной.

В последние годы русскоязычные СМИ разных стран мира привлекают к себе все большее внимание. Это связано как с гуманитарной функцией возвращения русскому языку международного статуса, так и с интерпретацией образа России в мировых СМИ, ср., выступление Генерального директора информационного агентства ИТАР-ТАСС Сергея Михайлова на XVI конгрессе Всемирной ассоциации русской прессы (ВАРП) в Шанхае (2014 г.): *«В ряде стран русский язык и русская культура вместо естественного для них гуманитарного и объединяющего начала, фундамента для взаимопонимания, используется как пугало или повод для агрессии. Это в корне противоречит основам и миссии русского языка и культуры. Как вернуть в этих регионах русскому языку его гуманитарную и цивилизационную функцию? Вопрос, на который могут ответить русские журналисты, живущие и работающие за рубежом»* (Новости Монголии № 21, 29. 05, 2014).

Кроме русских журналистов, возвращению цивилизационной и гуманитарной функции русского языка активно способствуют и журналисты тех стран, где функционируют русскоязычные СМИ (Китай, Монголия, Казахстан, Кыргызстан, Армения, Турция и ряд других государств). В свою очередь, правительство РФ оказывает русскоязычным СМИ ближнего и дальнего зарубежья всестороннюю поддержку, отмечая наградами лучшие СМИ и лучших журналистов. Регулярно проводятся конгрессы ВАРП; реализуются совместные медиапроекты и другие мероприятия, позволяющие использовать прессу как «мягкую силу» для продвижения русского языка и русской культуры во всем мире.

Попытаемся охарактеризовать русскоязычную прессу издаваемую за рубежом в аксиологическом и собственно лингвокультурологическом ключе.

9.2. Базовые ценности в заголовках первой русской газеты в Африке: сравнительная характеристика

Заголовок является важнейшей частью газетно-журнальных текстов — по данным исследователей, на него приходится около 80% внимания читателей.

Применительно к российским СМИ и к русскоязычной прессе за рубежом можно с уверенностью говорить об аксиологической функции заголовков (заголовочных комплексов, совокупного заголовочного текста). Эта функция нацелена на формирование как внутринациональной, так и межнациональной системы ценностей. В связи с этим мы сделали попытку сопоставления совокупного заголовочного текста, заголовочных комплексов и собственно заголовков в двух изданиях. Это газета «Комсомольская правда. Екатеринбург» (21.08. 2012) и русскоязычная газета «Комсомольская правда в Египте» (28.07 -10.08. № 14(91) 2008) (подробнее см. в статье Н. Б. Руженцевой «Базовые ценности межнационального дискурса в заголовках первой русской газеты в Африке»).

Предварительно нужно заметить, что Санкт-Петербургская школа стилистики, и в частности — К. В. Прохорова, предлагает 2 понимания совокупного заголовочного текста — узкое и широкое. Первая трактовка (более узкая): «... Совокупность заголовков какого-либо газетного издания представляется нам самостоятельным речевым произведением, аналогичным, но не идентичным развернутому газетному тексту. Подобный заголовочный текст мы называем совокупным заголовочным текстом (СЗТ)» [Прохорова 2007: 179]. Вторая трактовка (более широкая): «Под совокупным заголовочным текстом понимаем совокупность заголовочных комплексов периодического издания, взятого в рамках определенного периода» [Там же: 179: 180].

Отталкиваясь от первого, более узкого понимания СЗТ, представим заголовки и подзаголовки на материале 2 указанных газет (/ / означает границу между заголовками; а / границу между заголовком и подзаголовком).

«Комсомольская правда. Екатеринбург»: *Путин пообещал жестко разобраться с уральскими заводами-банкротами// Россияне задолжали за коммуналку 170 миллиардов рублей// Лучшая в мире волейболистка Екатерина Гамова сразу после Олимпиады вышла замуж// «Ваши победы в Лондоне будут примером для миллионов людей»// В Кельнском соборе разогнали панк-молебен// Пять минут славы Герострата // Под Самарой цыгане и русские сошлись стенка на*

стенку// А вы что делали с 19 по 21 августа 1991 года?// Возжатый в лагере выпорол шестиклассницу за нарушение во время тихого часа// На Урале снова голодают рабочие// «Мы знали о запретной зоне, но с военными там не пересекались»// Пассажиров перевернутого автобуса вытаскивали бойцы ОМОНа// Вузы бьются за абитуриентов// Небесный круглоход// Губернаторскую грядку пропололи// Коэффициент эффективности для слуг народа// «Американцы большие не борются с «Аль-Каидой». Они запускают войну внутри исламского мира»// Прощай, накопительная пенсия?// «Я взяла с дороги камень и ударила в стекло «газели»// Загадка стадного чувства// Заслуженного педагога уволили за то, что ... 20 лет назад попал под суд// Садальский предложил Макаревичу побороться с фонограммой// Юрий Никулин получил водительские права на гастролях в Запорожье// Умер режиссер «Настоящей любви» и «Последнего бойскаута»// Он увидел ее — и погиб!// Снимок Фелпса — на вес олимпийского золота?// Быков и Захаркин уйдут к полякам// Иван Ургант неожиданно встретился с женой на сцене// «Это же прикольно — сыграть собаку!» (остальные публикации номера — это прямая или косвенная реклама).

«Комсомольская правда в Египте»: «Ах, эта свадьба, свадьба...», или главное событие в жизни египтян// Чавес привез Медведеву привет от Фиделя// Схвачен самый ненавистный Западу серб// Китайцы получают российские острова на Амуре// «Страна, желающая поссорить Россию с Китаем, называется на три буквы»// Российские бомбардировщики облюбовали Кубу// Западноевропейцы хотят отдыхать без русских// «Стоит ли борьба за бабло войны между народами?»// «Семья Ющенко не хотела, чтобы я с ними говорила по-русски»// В смерти своей Николай II бесстрашен и величественен// «Настоящий мужчина всегда хочет Ларису Ивановну»// Медведев и Мубарак удовлетворены уровнем взаимодействия двух стран// Египтяне закрыли иранский телеканал «Аль-Алам»// Москва и Каир обсуждают сотрудничество в области ядерных исследований// Даже местная полиция в шоке от беспорядка на дорогах// Машина свалилась с паромы и утонула в Ниле// Власти расследуют крупную дорожную аварию в Мерса-Матрух// Главы МИД арабских государств поддержали инициативу АРЕ по Дарфуру// Синайский кодекс — теперь в Интернете// Восточные сказки Ярославы Таньковой// Задай перцу!// Все, что вы хотели знать о египетских специях// Что общего между христианством и Древним Египтом?// Мои египетские университеты// Почему люди боятся числа 13?// Магический закон// Николай Фоменко готовится к свадьбе// «Господин президент, защитите меня от этого чудовища!»// Олимпийские козыри России// Кроме того, в

газете имеется специальная детская страница: *Ерошкина полянка // По волнам под парусом// Замок из песка// Пляж — большая песочница// Водоросли запутались* (остальные публикации номера — это прямая или косвенная реклама).

Сравнив два достаточно простых СЗТ, можно утверждать, что в газете «Комсомольская правда. Екатеринбург» преобладают заголовки деструктивной направленности, репрезентирующие смыслы «борьба», «война», «столкновение», «разрушение», «противостояние», о чем свидетельствует лексическое наполнение высказываний: «жестко разобраться», «разогнали панк-молебен», «слава Герострата», «сошлись стенка на стенку», «выпорол шестиклассницу», «голодают рабочие», «запретная зона», «военные», «перевернутый автобус», «бойцы ОМОНа», «бьются за абитуриентов», «Губернаторскую грядку проположи», «запускают войну», «Я взяла с дороги камень и ударила в стекло «газели», «попал под суд», «побороться с фонограммой», «умер режиссер». Заголовки, не имеющие негативно-оценочной направленности, относятся к рубрикам «Спорт» и «Клуб любителей». В целом СЗТ в газете «Комсомольская правда. Екатеринбург» отражает достаточно актуальную для современных СМИ тенденцию — нарастание агрессивности прессы, ср.: «Концентрация «агрессивной лексики» в текстах современных СМИ служит подтверждением нарастания агрессивности в обществе, превращения ее в один из способов мышления о мире» [Власова 2004: 191].

В свою очередь, заголовки в газете «Комсомольская правда в Египте» репрезентируют, по крайней мере, три группы оценочных смыслов: деструктивных и конструктивных.

Смыслы «разрушение, борьба, противостояние, страх»: «Схватен самый ненавистный Западу серб», «Российские бомбардировщики облюбовали Кубу», «отдохнуть без русских», «закрыли иранский телеканал», «Машина свалилась с паромы и утонула в Ниле», «Даже местная полиция в шоке от беспорядка на дорогах», «крупная дорожная авария», «боятся числа 13», «защитите меня от этого чудовища».

Смыслы «согласие, сотрудничество, взаимодействие»: «Свадьба, или главное событие в жизни египтян», «привет от Фиделя», «Китайцы получают российские острова на Амуре», «удовлетворены уровнем взаимодействия», «обсуждают сотрудничество», «поддержали инициативу АРЕ», «Синайский кодекс — теперь в Интернете», «Что общего между христианством и Древним Египтом?», «Николай Фоменко готовится к свадьбе».

Третья группа заголовков — это высказывания, отрицающие деструктивные явления (конфликты, противостояние), или в косвенной форме утверждающие идею взаимодействия народов России и Египта:

*Отрицание деструктивных явлений: *«Страна, желающая поссорить Россию с Китаем, называется на три буквы»*; *«Стоит ли война за бабло войны между народами?»*; *«Семья Ющенко не хотела, чтобы я с ними говорила по-русски»*.

*Косвенное утверждение взаимодействия между народами: «Восточные сказки Ярославы Таньковой: *«Мои египетские университеты»*. Интересен заголовок *«Задай перцу. Все, что вы хотели знать о египетских специях»* (значение фраземы *«задать перцу»* — *«сильно распекать, ругать кого-либо, чувствуя свою силу»* — переосмысливается путем введения подзаголовка *«Все, что вы хотели знать о египетских специях»* и получает в контексте значение, близкое к «добавь в еду перцу», «положи в еду перец или иную восточную пряность».

Таким образом, речевая агрессия в СЗТ газеты «Комсомольская правда в Египте» проявляется значительно в меньшей степени, чем в газете «Комсомольская правда. Екатеринбург». Аксиологическая модальность «Комсомольской правды в Египте» соотносится, скорее, с утверждением системы позитивных ценностей, имеет диалогическую природу и отражает стремление авторского коллектива ко взаимопониманию, межнациональному диалогу, сотрудничеству, солидарности и кооперации.

Перейдем к следующему компоненту двух изданий — заголовочному комплексу как достаточно сложной многокомпонентной системе.

Сравним два заголовочных комплекса публикаций газет «Комсомольская правда. Екатеринбург» и «Комсомольская правда в Египте», анонсированных на первой полосе (публикации номера).

● «Комсомольская правда. Екатеринбург» (автор публикации — Андрей Горбунов):

Рубрика: *«Картина дня: Екатеринбург»*.

Заголовок (цитата из высказывания Татьяны Мерзляковой): *«Путин пообещал жестко разобраться с заводами-банкротами»*.

Лид: *«Уполномоченный по правам человека в Свердловской области при встрече рассказала российскому президенту о проблемах наших предприятий»*.

Подпись к фотографии: *«В июле Татьяну Мерзлякову наградили статуэткой за сохранение семейных ценностей. Теперь она борется за права заводчан»*.

На этой же странице дана дополняющая основной материал публикация Елены Панкратьевой «На Урале снова голодают рабочие»:

Анонс: «Акция протеста».

Заголовок: «На Урале снова голодают рабочие»

Лид: *Только после шумихи следователи возбудили уголовное дело и прокуратура начала проверять завод «Амур» в Новоуральске.*

Послетекстовый комментарий: «Звонок в министерство».

В ЗК основной публикации негативная оценка ситуации репрезентирована посредством коммуникативной тактики угрозы: «*пообещал жестко разобраться*». Остальные компоненты ЗК обеих публикаций выполняют фоновую негативно-оценочную роль: «*проблемы российских предприятий*», «*борется за права заводчан*», «*акция протеста*», «*голодают рабочие*», «*следователи возбудили уголовное дело и прокуратура начала проверять завод*».

● «Комсомольская правда в Египте» (автор публикации — Ирина Ачеби).

Рубрика: «А как у них?»

Заголовок: «Ах, эта свадьба, свадьба...»

Подзаголовок: «или главное событие в жизни египтян»

Лид: *Женитьба в Египте — это длительный интригующий процесс, в котором очень заметно типичное для страны смешение традиций: европейских, новоегипетских и древних арабских. И поэтому вся цепочка событий, предшествующих свадьбе и последующих, остается самым ярким моментом в жизни египтян.*

Внутренние заголовки (главки): «*Знакомство*»; «*Приготовление к свадьбе*»; «*Официальная регистрация брака*»; «*Медовый месяц*».

Вставки (имеют графическое выделение):

● *Собственно говоря, само обручение хотя и означает договор о свадьбе в будущем, все же не настолько серьезно, и вопрос о женитьбе еще не решен окончательно.*

● *Свадебные торжества у малообеспеченных состоят из трех дней.*

● *Преимущественно в сельской местности, где до сих пор живы традиции и устои, проводится осмотр простыней.*

● *Это интересно (сведения о брачном возрасте, свадебном сезоне, аренде свадебных нарядов).*

● *На заметку. Развод по-египетски.*

Подписи под фотографиями:

● *Свадьба в Египте — сплошные песни и танцы.*

● *Родственницы жениха и невесты на девичнике.*

- *Невеста Фатма из губернии Кена в первый день свадьбы. На ней розовое платье.*

- *Молодожены. Во второй день свадьбы невеста должна быть в белом.*

- *Самый минимальный набор золотых украшений, который составляет «шабку» небогатой невесты.*

Мы видим, что в ЗК анонсированной публикации номера отсутствует даже намек на негативную оценку и речевую агрессию. Более того, в текстовой ткани заголовка реализуется кооперативная стратегия взаимодействия: цитата из известной российской песни (*Ах, эта свадьба, свадьба, свадьба пела и плясала*) совмещается с выражением *главное событие в жизни египтян*, что способствует достижению эффекта единой значимости этого события в жизни народов двух разных национальностей. Фоновую роль с целью поддержки кооперативной стратегии играет в данном случае лид, в котором говорится о смешении традиций — *«европейских, новоегипетских и древних арабских»*.

Наконец, различия между двумя изданиями проявляются и в самой текстовой ткани, например в оценочном характере аллюзий. Мы разделяем мнение О. В. Платоновой и С. И. Виноградова о том, что в газетных текстах используются следующие разновидности литературной аллюзии: «1) Литературные цитаты-реминисценции, имена персонажей, названия произведений...; 2) Видоизмененные высказывания ученых, политиков, деятелей культуры...; 3) Библеизмы...; 4) Цитаты, в том числе трансформированные...5) Измененные названия теле- и видеофильмов, фразы из популярных фильмов и телепрограмм, рекламы...; 6) Трансформированные крылатые выражения...; 7) Названия живописных полотен, скульптур и других произведений искусства» [Платонова, Виноградов 1998:275].

В ЗК газеты «Комсомольская правда. Екатеринбург» есть 3 таких аллюзии: «*Слава Герострата*» (отсылка к факту сожжения Геростратом храма Артемиды с целью прославиться), «*Небесный круглоход*» (отсылка к советскому фильму «Небесный тихоход») и «*Прощай, накопительная пенсия?*» (отсылка к роману Э. Хемингуэя «Прощай, оружие!» и к повести Ч. Айтматова «Прощай, Гульсары!»). Две из них («*Слава Герострата*» и «*Прощай, накопительная пенсия?*») формируют у читателя негативно-оценочные ассоциации, связанные с разрушением, оружием, войной, утратой.

В газете «Комсомольская правда в Египте» есть отсылки к известной песне («*Ах, эта свадьба, свадьба, свадьба...*»), к кинофильму «Мимино» («*Настоящий мужчина всегда хочет Ларису Ивановну*»), к типовому названию сборника «*Восточные сказки*» и к повести М. Горь-

кого («*Мои египетские университеты*» — «*Мои университеты*»). Ни одна из этих аллюзий не вызывает у читателя негативных или иронических ассоциаций даже через прагматическую рамку высказывания. Так, например, заголовок «*Мои египетские университеты*» при соответствующем содержании текста публикации может содержать негативно-оценочный или иронический подтекст, однако в публикации, посвященной спасению туристов с кораллового рифа, нет даже намека на негативную оценку, ср., финальную часть текста:

«Мы стали расспрашивать команду, что это был за египтянин, как его зовут, откуда, как его найти. Они нам ответили: «Кажется, его зовут Эхаб».

«А как нам его найти?» — взволнованно спрашивали мы.

Но нам не дали четкого ответа. Вот до сих пор мы ездим на острова, вспоминаем этот случай и надеемся встретить нашего спасителя — крепкого, смелого египетского парня».

Разумеется, представленный материал далеко не в полной мере дает возможность судить о базовых ценностях газетно-журнального русскоязычного дискурса. Однако сравнение с внутринациональным дискурсом печатных СМИ дает нам известную возможность наметить аксиологические тенденции в русскоязычной прессе за рубежом. Она характеризуется:

- большей конструктивной направленностью публикаций;
- преобладанием позитивной оценочности, которая репрезентируется и в заголовках, и в основном тексте публикации;
- большей степенью аксиоматичности (следования общечеловеческим нормам, ценностям, традициям, и в первую очередь — ценностям, связанным с человеческим взаимодействием, кооперацией);
- пониженной степенью речевой агрессии, используемой журналистами как средство воздействия на адресата.

Идеологическая позиция «Комсомольской правды в Египте» и её аксиологическая доминанта наиболее четко представлены, на наш взгляд, в рубрике «Наши конкурсы», ср.:

Судьбы многих известных людей пересекались с Египтом. И каждый из них по-своему старался запечатлеть краски и звуки этой удивительной страны. В нашей рубрике — Египет глазами поэтов, писателей, художников, фотографов.

Но и вам, уважаемые читатели, МЫ ПРЕДЛАГАЕМ РАССКАЗАТЬ СВОЮ «ИСТОРИЮ ЛЮБВИ» С ЕГИПТОМ. Для кого-то он стал второй родиной. Кого-то притягивает словно магнит... Одним словом, делитесь с нами впечатлениями, эмоциями, наблюдениями.

В следующем разделе мы обратимся к жанровой специфике русскоязычных СМИ за рубежом.

9.3. Политический портрет в русскоязычных СМИ Монголии: лингвокультурологические особенности

Русскоязычные СМИ ближнего и дальнего зарубежья привлекают к себе и внимание исследователей медиадискурса. Так, русскоязычные печатные СМИ Казахстана исследованы Г. Н. Кенжебалиной [Кенжебалина 2013], Э. Н. Шумской [Шумская 2010], Р. О. Туксайтовой [Туксайтова 2009], Г. П. Байгариной [Байгарина 2011], а электронные СМИ — С. М. Ергалиевой [Ергалиева 2018]. Появились работы Н. Н. Кошкаровой и Н. Б. Руженцевой, сделанные на материале русскоязычных СМИ Китая [Кошкарова 2017, Руженцева 2017]. Кроме того, имеются научные исследования, сделанные на материале СМИ, выходящих в приграничных (полиэтнических) регионах России и имеющих полинациональную специфику. И все же русскоязычные СМИ как значимый компонент современного медиадискурса изучены в настоящее время явно недостаточно, а системная методико-методологическая база для их анализа сформирована далеко не полностью.

Мы попытались вскрыть лингвокультурологическую специфику текстов, близких по жанровой форме к портретно-биографическому очерку (политическому портрету) опубликованных в выходящей с 1942 года русскоязычной газеты «Новости Монголии» (НМ), за 2013—2016 гг. (Подробнее см. в статье Н. Б. Руженцевой и Е. А. Нахимовой «Лингвокультурная специфика политического портрета»).

Понимая лингвокультурологию как «дисциплину, изучающую проявление, отражение и фиксацию культуры в языке и дискурсе» [Красных 2002], мы попытались выявить и охарактеризовать лингвокультурологические проявления в текстах портретных очерков, а также в портретно-биографических фрагментах иных жанровых форм. Исходя из мысли о том, что «лингвокультурологическое исследование массмедийного дискурса политической направленности можно проводить в трех плоскостях: структуры, семантики и прагматики текстового целого» [Иванова 2008], мы исследовали текст очерков посредством: а) выявления наиболее частотных прецедентных феноменов, восходящих к монгольской истории и культуре; б) выявления средств монгольского языка, отобранных авторами для представления той или иной политической фигуры.

В соответствии с поставленными задачами тексты политических очерков в русскоязычной монгольской газете можно условно разделить на два типа.

1. Очерки, в которых лингвокультурный компонент репрезентирован языковыми средствами монгольского языка

К таким средствам относится монгольская лексика с переводом (дзуд) или без него (*аймак, сомон, дарга, гуай*). Отдельные монгольские слова являются грамматически освоенными (включены в систему русского словоизменения, ср., *аймака, сомона*), некоторые же слова употребляются лишь в начальной форме. В скобках заметим, что часть текстов написана достаточно правильным русским языком, а часть — содержит грамматико-синтаксические ошибки, которые в самом общем виде обусловлены нарушением грамматических связей (согласования и управления) и координации между частями предложения. Приведем фрагменты очерков об известнейшем монгольском политике Ю. Цэдэнбале *Начинается празднование 100-летнего юбилея государственного деятеля Монголии; Как жаль, я не смог доделать до конца все, что смог бы сделать*):

- *Юмжаагийн Цэдэнбал родился в 1916 году в семье скотовода на крайнем северо-западе Монголии на территории нынешнего СОМОНА ДАЙСТ АЙМАКА УВС... Он был степенным, сдержанным, мягким, доступным в общении, умел и работать, и ладить с людьми. Надо было видеть: как только случался ДЗУД (обледенение снежного покрова на пастбищах), он где на газиках, где на вертолетах пробивался в самые отдаленные АЙМАКИ, чтобы на месте поднять дух у скотоводов, чтобы на месте решить вопросы по спасению скота (НМ № 37, 15.09, 2016).*

- *Как оказалось, в те же дни позвонила А. И. Филатова ГУАЙ по городской линии дежурному нашего министерства или кому-нибудь из офицеров третьего управления домой, главным образом, к двум, трем часам ночи, и передавала, что ДАРГА просит Лувсаснгомбо позвонить (НМ № 15, 18.04, 2013).*

Чаще всего лингвокультурный компонент в тексте очерков репрезентируется посредством использования монгольских топонимов и антропонимов:

- *Осмотрительный, тактичный Цэдэнбал обычно шел в фарватере советской политики, но порой проявлял и самостоятельность... Проводил намного более мягкую политику, при нем были освобождены из тюрем многие жертвы репрессий, был разоблачен*

культ личности ЧОЙБАЛСАНА, однако политика ЧОЙБАЛСАНА официально не пересматривалась (НМ № 37, 15. 09, 2016).

• Он (Цэдэнбал) умер в Москве в возрасте 74 лет 10 апреля 1991 года. На похоронах в 1991 году на кладбище АЛТАН УЛЬГИЙ в УЛААНБААТАРА присутствовали лишь родные и близкие друзья (НМ № 37, 15. 09, 2016).

2. Очерки, в который лингвокультурный компонент репрезентирован как монгольской лексикой, так и национальными прецедентными феноменами (ПФ)

Среди таких феноменов с огромным отрывом лидирует прецедентное имя ЧИНГИС-ХАН (ЧИНГИС ХААН, ЧИНГИС-ХААН, ЧИНГИСХАН). Заметим, что в тексте данной статьи написание в каждом случае оставлено без изменений и соответствует наименованию в той или иной публикации. Прецедентные феномены, восходящие к мировой истории, являются в СМИ очень популярными. Примерами таких феноменов в российских медиа являются имена *Александр Невский, Керенский и Наполеон* [Нахимова 2011]. Со своей стороны по популярности и частотности употребления в самых разных форматах монгольского дискурса имя Чингис-хана значительно превосходит указанные онимы, поэтому мы считаем, что его с полным правом можно отнести не только к прецедентным феноменам, но и к этнокультурным концептам: «В каждой культуре имеется определенный набор концептов, который принадлежит к золотому фонду ценностей, накопленных соответствующим этносом за все время его бытования» [Иванова 2008: 32]. Концепт ЧИНГИС-ХАН включен в лингвосемиотическую картину мира монголов, о чем свидетельствует множественность и полидискурсивность употребления онима: *мемориальный комплекс Чингис-хана, великая империя Чингис-хана, «золотая династия» Чингис-хана, Каракорум, основанный Чингис-ханом, флаг Чингис-хана, эмблема Чингис-хана, поэма «Чингис-хан» (написана россиянином В. Т. Слипенчуком и удостоена ордена Чингис-хана), международный аэропорт «Чингис-хан», фильм о принцессе Хотлун, праправнучке Чингис-хана, монгольская письменность, созданная Чингис-ханом, Чингис камень — памятник древнемонгольского письма, монгольская почта, основанная Удэгэем, третьим сыном Чингис-хана, «гены Чингис-Хана» (синие пятна на теле у новорожденных младенцев) и др.*

Чингис-хану посвящено множество биографических исследований; фрагменты его биографии постоянно используются в самых разных жанровых формах монгольского медиадискурса, ср.:

Заметка: В 1206 году Чингис хаан основал Великую монгольскую империю. Он отправился в Тибет, чтобы пригласить в Монголию тибетских лам (Весома лепта монголов в тибетологию. НМ № 29, 05. 06, 2013).

Научно-популярная статья (о памятнике монгольской литературы): В научных трудах о военных походах Чингис хаана нередко встречается мысль о малочисленности самих монголов в войсках (чуть ли всего 4000). В то же время в «Сокровенном сказании монголов», например, точно указана численность личной гвардии Чингис хаана (Сокровенное сказание монголов — древнейший литературный памятник. НМ № 17, 28. 04, 2016).

Концепт ЧИНГИС-ХАН активно функционирует и в **портретных очерках**, посвященных государственным деятелям Монголии. Приведем примеры из очерка о государственном и религиозном деятеле Монголии — VIII Богд Хане (Богд хаане), в тексте которого актуализируются сразу оба лингвокультурных признака — использование монгольской лексики и прецедентного феномена ЧИНГИС-ХАН в составе ПФ — «Золотая династия Чингисхана».

- **БОГД ГЭГЭЭНТЕН** (его святейшество Богд хан или Богды-хан) является одним из организаторов этого исторического события (создания независимого монгольского государства), а также его организатором и руководителем (Независимость Монголии 1911 года и Богд хаан. НМ № 49, 12.12, 2013).

- В то время ханы **ЗОЛОТОЙ ДИНАСТИИ ЧИНГИСХАНА** были наделены определенными полномочиями и управляли каждый по одному **АЙМАКУ** (Там же).

- **УНДУР ГЭГЭН ЗААБАЗАР**, ставший первым **БОГДОМ ЖАВЗАНДАМБОМ**, являлся сыном **ТУШЭЭТ ХАНА** — потомка **ЗОЛОТОЙ ДИНАСТИИ ЧИНГИСХАНА** (Там же).

- Его избранницей стала дочь Цэнды — Дондогдулам — уроженка **ХОШУНА ЖОНОН ВАН ЦОГБАДРАХА СЭЦЭН ХАН АЙМАКА**. В первое время они тайно сожительствоваали, а в начале XX века они поженились, и Дондогдулам была провозглашена **ЦАГАН ДАРЬ ЭХ ДАГИНА** (феей — перерожденным образом богини **ЦАГАН ДАРЬ ЭХ — БЕЛОЙ ТАРЫ**) (Там же).

- Из восьми Богдов... Жавзандамба был единственным, который получил религиозный сан **ГАВЖ** (Там же).

Таким образом, если сравнить текст очерка, написанного монгольским автором на русском языке, с портретным очерком русского автора (к сожалению, ограниченный объем раздела не позволяет нам привести полную сравнительную характеристику очерковых

форм), то мы увидим определенные различия в текстах носителей и не носителей языка. Созданный монгольским автором русскоязычный портретный очерк отличается:

- меньшей степенью соответствия текста русской литературной норме;
- меньшей степенью образности текста, в том числе — меньшей фразеологичностью текстовой ткани;
- упрощенной (однаправленной) реализацией текстообразующих категорий определенности/неопределенности, тональности, безличности и субъективной модальности [подробнее о русскоязычном текстообразовании инофонов, см. Руженцева 2014].

В свою очередь, лингвокультурологическая специфика русскоязычного политического портрета в монгольских СМИ заключается:

- в выборе темы очерка, его героя (национального политика);
- в когнитивной организации текста (развертывание этнолингвокультурного концепта — Чингис-хан);
- в языковой организации текста (широкая представленность освоенной и неосвоенной монгольской лексики).

Думается, что специфика русскоязычных зарубежных СМИ относится к кругу проблем, которые ждут своего изучения вместе с проблемами текстообразования в русскоязычных СМИ приграничных районов РФ, а также тех внутренних регионов (Башкирии, Татарстана и др.), население которых использует для коммуникации два языка — родной и русский.

ГЛАВА 10

Авторизация дискурса СМИ

Данная глава посвящена феномену авторизации газетного дискурса. Более подробно материал изложен в статьях: *Руженцева Н. Б.* «Авторизация дискурса СМИ: к проблеме прагматической и стилевой свободы журналиста»; *Руженцева Н. Б.* «Ирония в «Недельке» с Дмитрием Поповым: возможности комплексного исследования текста», 2021; *Руженцева Н. Б.* «Индивидуально-авторское представление ценностей в жанре политического портрета (на материале печатных СМИ)», 2019.

10.1. Прагматическая и стилевая свободы журналиста

К 80-м годам XX века стилевая свобода СМИ была достаточно строго ограничена экстралингвистическими идеологическими причинами. В. Г. Костомаров считал газетную речь советских времен «скованной, осторожно-чистой сверхправильной речью времен тоталитаризма» [Костомаров 1999: 49]. В свою очередь, отмечая общую динамичность газетно-публицистического стиля, А. Н. Васильева пишет о двух основных принципах, связанных с фактором адресата газеты и усиливающих проявления языкового стандарта в текстах СМИ.

Первый принцип базируется на широком использовании в текстах газетно-журнального дискурса элементов научной речи. Последнее детерминировано «быстрым повышением культурного уровня и социальной активности широких народных масс»: «Современный массовый читатель привычен к строю книжно-аналитической речи, и она все более свободно и естественно вступает на страницы газет. В газете происходят активные процессы общезыковой адаптации значительной части ранее узкотерминологической лексики и словосочетаний» [Васильева 1982: 11].

Второй принцип определяется частичным полистилизмом газетного текста, то есть «сочетанием элементов разных стилей — при их частичной нейтрализации и одновременно при частичном сохранении исконной стилистической окраски. Частичная нейтрализация обусловлена привычностью повседневного употребления, естественной содержательно-коммуникативной мотивированностью при отсутствии экспрессивного воздействия на адресата, слабой концентрацией, «разбавленностью» разностилевых элементов и неконтрастностью их соче-

тания... Общественно-обиходная речь составляет основной полунейтральный фон газетно-публицистического стиля» [Там же].

Таким образом, по мнению А. Н. Васильевой, основой газетно-публицистического стиля советской эпохи является стандарт, сформировавшийся на базе частичного полистилизма с актуализацией (в зависимости от авторской задачи) отдельных элементов книжных стилей или разговорной речи.

Обобщив стилистические процессы, произошедшие к концу XX века в дискурсе СМИ, В. Г. Костомаров приходит к выводу о преобладании в текстах «стилевой и стилистической раскрепощенности» и об общей сниженности публицистической речи. В свою очередь, поднимая вопрос о творческом самовыражении журналиста, В. Г. Костомаров писал: «Синонимом суверенного права творческой личности на самовыражение становится потеря чувства меры, вкуса, самоконтроля, наконец... Привыкшие в недалеком прошлом к жесткому прессингу телецензуры, теперь, внезапно освобожденные от него, иные авторы не всегда умеют распорядиться вдруг свалившейся на них свободой» [Костомаров 1999: 58].

С нашей точки зрения, самовыражение в СМИ можно понимать двояко: а) самовыражение как зависящая только от самого субъекта речи свобода, то есть индивидуально-авторский выбор и плана содержания текста, и способов выражения мысли; б) самовыражение в связи с понятием «авторизация дискурса». «Авторизация газетного дискурса неразрывно связана с тремя видами «свобод», завоеванных прессой: тематической свободой (возможность избрания в качестве предмета описания или оценки любого фрагмента действительности), прагматической свободой (отсутствие внешней обусловленности оценки), стилевой свободой (преобладание в тексте «слога» над «стандартом») [Платонова, Виноградов 1996: 256]. В связи со сказанным хотелось бы подчеркнуть тот факт, что абсолютной авторизации дискурса СМИ не существует именно потому, что текст СМИ — это продукт коллективного авторства: «Текст в СМИ, как никакой другой текст, подконтролен общему коллективному мнению. Его авторство коллективно. Конечно, существует собственно автор, конкретное лицо, порождающее текст. Однако редактор трансформирует текст в соответствии со своим видением речевого облика издания, который, в свою очередь, определяет не только сам редактор но и соответствующая политическая партия, государственная или общественная организация и т.п. Эту работу может одновременно с созданием текста выполнить и сам автор, но это не отменяет в принципе и самого факта наличия в тексте СМИ надличностного начала» [Бойкова, Беззубов, Коньков 1999: 30]. Из

сказанного следует, что авторизация дискурса любых СМИ имеет относительный характер.

И все же, несмотря на относительную свободу самовыражения, целью любого журналиста является трансляция адресату информации, причем информации не только содержательно-фактуальной и содержательно-концептуальной, но и содержательно-подтекстовой [Гальперин 1981]. В свою очередь, совокупная информация способствует формированию читательского мнения. В идеале авторский взгляд на проблему, поднятую в тексте, должен совпадать с точкой зрения адресанта: коммуникация может быть успешной только в том случае, если их точки зрения совмещаются. Вероятность подобного совмещения тем выше, чем активнее журналист реализует свое право на ментальную и социальную активность в публичном пространстве. Со своей стороны мы попытаемся охарактеризовать пути реализации журналистской активности на примере публикаций двух журналистов.

В качестве материала нами были взяты подборки статей, написанных журналистами газеты «Аргументы недели» Денисом Терентьевым и Александром Чуйковым в 2019-2021 гг. Статьи Д. Терентьева имеют достаточно большую тематическую свободу и посвящены широкому кругу социальных, политических и экономических проблем (*Постамент без героя* — проблема установки памятников; *Изъять и поделить* — проблема отношения к предпринимателям в России; *Черная кошка в пустоте* — проблема поисков смысла жизни; *Это сладкое слово* — *Массандра* — продажа с торгов винного хозяйства «Массандра» и др.). Примерно то же самое можно сказать о тематической свободе публикаций А. Чуйкова (*Дымовая завеса ковида*, *Ученые-удушки*, *Непродовольственная «сверхдержава»*, *Генно-модифицированные паразиты* и др.). Однако стилевая и прагматическая свобода в публикациях этих журналистов достигается по-разному.

Хотелось бы подчеркнуть, что оба вида журналистских свобод как составляющие понятия «авторизация дискурса» СМИ напрямую связаны с понятием оценки. В самом общем виде «оценка может выражаться как открыто — словами «плохо», «хорошо» и их синонимами... так и завуалировано, через модальную рамку слова, оценочные суффиксы, прагматическую рамку высказывания, метафору и иронию» [Платонова, Виноградов 1998: 260]. Существуют прямые и косвенные способы оценки, например, навешивание ярлыков и создание контекстов самодискредитации [Там же: 261—262]. Выбор полюса оценки — это прерогатива самого журналиста, реализация его прагматической свободы, а выбор средств и способов речевой, текстовой и дискурсивной репрезентации оценки — это реализация его стилистической свободы.

С нашей точки зрения, стилевая и прагматическая свобода, применительно к публикациям указанных журналистов, базируется на понятии «выдвижение». «Под выдвижением понимаются способы формальной организации текста, «фокусирующие внимание читателя на определенных элементах сообщения и устанавливающие семантически релевантные отношения между элементами одного или чаще разных уровней... В числе основных типов выдвижения обычно рассматриваются три — конвергенция, сцепление и обманутое ожидание» [Арнольд 1978: 61-62]. Так, ведущим средством авторизации дискурса в публикациях Д. Терентьева является конвергенция прецедентных феноменов.

Конвергенция — это «схождение в одном месте пучка стилистических приемов, участвующих в единой стилистической функции» [Арнольд 1981: 62].

Языковые средства реализации конвергенции могут быть представлены схождением эмоционально окрашенной лексики, интенсификаторов, фигур мысли, словесных фигур убавления, прибавления, аллитераций, а также смешением стилей [Хазагеров, Ширина 1999: 179]. В свою очередь, в статьях Д. Терентьева в небольшом фрагменте текста сходятся прецедентные феномены. Авторский текст включает в себя множество чужих текстов [Бахтин 1975, Кристева 1993 и др.], которые «присутствуют в нем на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры» [Барт 1989:90]. Прецедентные феномены присутствуют в публикациях Д. Терентьева во всех основных разновидностях (прецедентное имя, прецедентное высказывание, прецедентный текст, прецедентная ситуация). В свою очередь, группа прецедентных онимов (имен собственных) представлена в текстовой ткани преимущественно антропонимами [Нахимова 2011:22].

Конвергенция прецедентных феноменов у Д. Терентьева выполняет разные функции.

1. СТРУКТУРИРУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ

(формирование заголовочного комплекса текста посредством готовых и трансформированных прецедентных феноменов)

Заголовок: *Изъять и поделить*

Внутренний заголовок-1: *Отцы и дети*

Внутренний заголовок 2: *Господа все в Париже* (АН № 35 (729), 09. 09. 2020).

2. ТЕКСТООБРАЗУЮЩИЕ ФУНКЦИИ

Информационная:

- Тем не менее к началу XX века человечество было полно энтузиазма. В 1880-е НИЦШЕ провозгласил смерть Бога, а по ЕВРОПЕ БРОДИЛ ПРИЗРАК КОММУНИЗМА. Грандиозные научные находки соседствовали с идеями переустройства мира и дополняли друг друга: ПАВЛОВ, ФРЕЙД, ВЕБЕР, ГУССЕРЛЬ, ЛЕНИН (АН № 2 (746), 20.01. 2021).

- Из древнегреческой философии до нас дошли в подлинниках лишь сочинения ПЛАТОНА и АРИСТОТЕЛЯ. Как мыслили ГЕРАКЛИТ, ЭПИКУР, ЗЕНОН и прочие мудрецы, мы знаем только из пересказов. А оценивать средний интеллектуальный уровень древних афинян на основе такого материала никак нельзя.

Великий рассказчик МИШЕЛЬ ДЕ МОНТЕНЬ в XVI веке пытался суммировать античную мудрость. Но из его «ОПЫТОВ» никак не следует, что греки обладали особой ясностью мышления (АН № 50 (744), 23. 12. 2020).

- Жители Екатеринбурга часто и не подозревают, что в их городе существует «ПЕРВЫЙ В МИРЕ ПАМЯТНИК ЧЕЛОВЕКУ-НЕВИДИМКЕ, ГЕРОЮ НОВЕЛЛЫ ГЕРБЕРТА УЭЛЛСА». Хотя установлен он в самом центре столицы Урала, у библиотеки имени В. Г. БЕЛИНСКОГО» (АН № 8 (752), 03. 03. 2021).

Функция репрезентации и трансляции авторской/чужой точки зрения, ср., интерпретацию современной ситуации посредством отсылок к творчеству А. П. Чехова:

- ПО БОГОМОЛОВУ, Россия долго пыталась войти в Европу, символом которой были великие гуманисты, демократия, промышленная и научная революция. Но, оказавшись на пороге, ужаснулись — тут какое-то другое общество, где каждый «перекраивает собственное тело и придумывает новый гендер». «Европа — покинутый и оставленный на разграбление ВИШНЕВЫЙ САД. ФИРСЫ прячутся от толп мигрантов. РАНЕВСКИЕ донюхивают кокаин на остатки здоровья. ПЕТЯ ТРОФИМОВ пишет еврозаконы. АНЯ осознала себя квир-персоной, а доживающие маразмеющие ГАЕВЫ, что старик Байден, шамкают дежурные слова о добре и справедливости», — описывает ситуацию БОГОМОЛОВ в ЧЕХОВСКОЙ эстетике (АН № 7 (751), 25. 02. 2021).

Полемическая:

- Почти все властители умов считали, что война станет победой духа над материей. «Человечество нуждается в подрезке вет-

вей, в кузнеце, который выкует новую форму мира» — в таком духе высказывались *БЕРДЯЕВ, СКРЯБИН, СТРАВИНСКИЙ, ПРУСТ, ФРЕЙД, БЕРГСОН, ЮНГЕР*. Но удалые кавалерийские атаки в той войне не прижились, а мечты об экстазе увяли в окопах в Бельгии (АН № 2 (746), 20. 01. 2021).

Функция продвижения рассуждения вперед (посредством разновидностей вопросов и вопросно-ответных конструкций):

- *Поэзия считалась естественной наследницей религии, которая интенсифицировала ощущения. Поэты МАЛЛАРМЕ, РИЛЬКЕ, ЙЕТС* выглядели рыцарской элитой с претензией на благородство и идеализм. «*Всякое искусство есть страсть и прославление жизни*». Прогресс виделся идеалистам медленным умиранием сердец, а им требовалось найти слова для глубочайших чувств людей — вот смысл для всех и каждого. Почему же все это не зашло? Почему сегодня ни *УИЛЬЯМ БАТЛЕР ЙЕТС*, ни *РАЙНЕР МАРИЯ РИЛЬКЕ* не вдохновляют поколение селфи? Потому что случилась Первая мировая война, которую продавцы книг тогда называли «европейско-нищиеанской» (АН № 2(746), 20. 01. 2021).

- Многие задаются вопросом: а чем плохи старые истины? Ведь сказано же в *БИБЛИИ*: *НЕ УКРАДИ, НЕ УБИЙ, НЕ ПРЕЛЮБОДЕЙСТВУЙ* — что еще нужно? Но по мере усложнения мира именно простота библейских формулировок делала их неработающими. Что значит «*НЕ УБИЙ*»? Не убий грабителя, лезущего в твой дом? Не убий иноземцев, штурмующих твой город? А если барон и священник натравливают тебя самого идти мочить и грабить иноземцев? Или собственных соседей, которые неправильно верят в Бога? (АН № 2 (746), 20. 01. 2021).

- *Ценность жизни в том, чтобы жить хорошо, как мы видим ценность в том, чтобы хорошо петь, рисовать или плавать», — пишет РОНАЛЬД ДВОРКИН. «...Нет ценности более важной, чем выбирать и поддерживать то, во что веришь», — читаем у РОЛЛО МЭЯ. «Человек есть усилие быть человеком. Нет усилия — неизбежна деградация», — учил МЕРАБ МАМАРДАШВИЛИ, Разве не похожие истины изрекали древние греки? Неужели с тех пор мы не сыскали в себе чего-то более грандиозного?* (АН № 2 (746), 20. 01. 2021).

Сопоставительная:

- *Российские олигархи резко отличались от американских, чье обогащение происходило на фоне экономического роста, ФОРДЫ подняли автомобильную промышленность, РОКФЕЛЛЕРЫ — нефтяную, КАРНЕГИ — металлургическую, ДЮПОНЫ — химическую и т. д.*

Российские же предприниматели... вывезли за границу 623 млрд. долларов. Они любили сравнивать себя с династиями дореволюционных фабрикантов: МОРОЗОВЫХ, РЯБУШИНСКИХ, ДЮЖОНОВ (АН № 35 (729), 09. 09. 2020).

Оценочная (репрезентация позитивной и негативной оценки, в том числе — в ироническом ключе, как проявление собственно прагматической свободы).

Позитивная оценка:

- *Советская власть, несмотря на всю критику царского деспотизма, ухитрилась уберечь немало хорошего и вкусного с дореволюционных времен. Например, карамель «Раковые шейки» — изобретение дореволюционной фабрики АБРИКОСОВА, вкуснейшие конфеты «Мишка косолапый» — продукт из XIX века с фабрики ЭЙНЕМА. Легендарное печенье «Юбилейное» создано в 1913 году в честь 300-летия дома РОМАНОВЫХ. Вот и «Массандра», процветавшая при царской империи, получила второе дыхание в советские годы. При А. МИКОЯНЕ из крупного, но одиночного завода она превратилась в громадное хозяйство гигантских масштабов (АН № 48 (742), 09. 12. 2020).*

Негативная оценка:

- *Недорого стоят исследования, доказывающие, будто парниковые газы ухудшают нашу память, умение концентрироваться и принимать решения. Равно как о том, что красное мясо, молочные продукты, табак и алкоголь даже в весьма умеренных дозах превратят вас в деграданта. Расскажите это ХЭМИНГУЭЮ, СИНАТРЕ ИЛИ СЭРУ УИНСТОНУ ЧЕРЧИЛЛЮ (АН № 50 (744), 23. 12. 2020).*

В целом можно утверждать, что авторизация дискурса в публикациях Д. Терентьева основана не только на приеме конвергенции, но и на «смысловой индукции» [Гаспаров 1993: 289]. Журналистский текст во множестве включает исторические и литературные аллюзии, которые накладываются друг на друга, индуцируя нужные автору смыслы. Благодаря этому публицистический текст оказывается органично встроенным в вертикальный контекст российской и мировой культуры.

Обратимся к феномену стилевой и прагматической свободы в статьях А. Чуйкова. Авторизация дискурса в статьях этого журналиста достигается, как и у Д. Терентьева, конвергенцией, но это конвергенция риторических приемов диалогизации монолога. Основная стилистическая и оценочная нагрузка ложится в публикациях А. Чуйкова на вопросы и вопросно-ответные конструкции и на контактоустанавливающие средства. Попытаемся проиллюстрировать сказанное, исполь-

зовав предложенную О. В. Платоновой и С. И. Виноградовым типологию средств речевой выразительности, которые широко используются в публицистике [Платонова, Виноградов 1998: 264-280].

1. ОДИНОЧНЫЕ ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

(для А. Чуйкова характерны вопросы в начале или конце публикации или ее части, т.е. в сильной позиции текста):

- *Балаганов, сколько вам нужно для счастья?* (АН № 26 (720), 08. 07. 2020).
- *А зачем бензоколонке грамотные люди?* (АН № 26 (720), 08. 07. 2020).
- *Если это не фашизм, то что это?* (АН № 26 (720), 08. 07. 2020).
- *Так безопасна ли эта штука — ГМО?* (АН № 3 (747), 27. 01. 2021).

2. РИТОРИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

- *Вы, конечно, сбежите через Внуково-3, а нам вместо «ножек Буша» будут присылать «ляжки Байдена»?* (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).

3. ВОПРОСНО-ОТВЕТНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

Дубитация — «ряд вопросов к воображаемому собеседнику, служащих для постановки проблемы и обоснования формы рассуждения» [Платонова, Виноградов 1998:264]:

- *Интересно, когда в последний раз норвеги или шведы брали российских ученых с российским же современным оборудованием, решением брать образцы донных осадков и проводить суперэкспертизы...? А может, финны брали? Греки? «Заключенные друзья» из Литвы? Франции? Италии? Кто еще из стран НАТО был на «Келдыше»? Откуда такой жест доброй воли? Что в ответ?* (АН; 44 (738), 11.11.2020).
- *Какая связь между ГМ-соей и знаменитой «вавилонской коллекцией»? Неужели сделка века на 66 млрд. долларов: покупка немецким гигантом Bayer американского гиганта Monsanto Company — грандиозный блеф? И почему нас собираются кормить фуражной пшеницей, а суперъеду вагонами гнать потенциальному противнику? Читайте новое научное исследование АН* (АН №3 (747), 27. 03. 2021).

Объективизация (вопрос и последующий ответ автора):

● *Зачем считать землю в чужом кармане? А вот зачем!* (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).

● *Так кто теперь претендует на руководство всей селекцией в стране? Практически никто из руководства (кроме одной единицы) «трансфера» не отличит лопату от грабелей, яблоню от крыжовника, а пшеницу на поле — от кукурузы* (АН № 3 (743), 27. 01. 2021).

Обсуждение (постановка вопроса с целью обсудить уже принятое решение или выводы):

● *Есть некий документ Всемирного банка «Цифровая повестка Евразийского экономического союза до 2025 года» В нем сказано, что весь мир переходит на цифровую платформу управления. Поэтому и Россия обязана следовать этому курсу. ПОЧЕМУ ОБЯЗАНА? КТО ТАК РЕШИЛ? ОБЯЗАНА, И ТОЧКА* (АН № 21 (715), 03.06.2020).

Коммуникация — «мнимая передача трудной проблемы на рассмотрение слушающему» [Платонова, Виноградов 1998: 266]. Вопрос в составе фигуры коммуникации может быть факультативным элементом; в свою очередь, обязательным элементом является опознавательный знак типа «*смотрите (сами)*» и др. Ср., фигуру коммуникации с опознавательным знаком «*судите сами*» и метаоператором «*прости господи*», способствующим достижению иронического эффекта:

● *«И что вы привязались к этой экспедиции?» — спросил «АН» один сотрудник министерства. Просто она, как лакмусовая бумажка, проявляет независимую ситуацию, сложившуюся в океанологии, да и в российской науке в целом. Под громкий треск пропаганды мы элементарно вновь неплохо и небескорыстно лизнули противника. СУДИТЕ САМИ. Совсем недавно Швеция, Норвегия и, ПРОСТИ ГОСПОДИ, великое государство финское заключили соглашение о противодействии нашей стране в Арктике, существенно увеличив для этих целей военный бюджет* (АН № 44(738), 11. 11. 2020).

К другим средствам диалогизации монолога в статьях А. Чуйкова относятся:

1. ВВЕДЕНИЕ В АВТОРСКИЙ ТЕКСТ МНОЖЕСТВЕННЫХ ТОЧЕК ЗРЕНИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ВНУТРЕННЮЮ ПОЛЕМИЧНОСТЬ. Это достигается:

Полисубъектностью текста:

Вообще генетическая путаница в голове что у ОБЫВАТЕЛЯ, что у ЧИНОВНИКА поразительная. Если ТРОФИМ ЛЫСЕНКО был уверен, что только окружающая среда определяет свойства расте-

ния, то **НЫНЕШНИЕ** считают, что «среда — ничто, гены — все». Такая лысенковщина наоборот (АН № 3 (747), 27.01.2021).

Указаниями на жанры, передающие чужую точку зрения:

- *Скорее всего, мы услышим ВЕРСИЮ о том, что недобросовестные производители пытаются привести внутренние цены к мировым, а продавцы беззащитно пользуются пандемией* (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).

- *ГОВОРЯТ (жанр слуха), тестирование системы «Большого брата» во время пандемии в крупных городах России прошло успешно* (АН № 21(715), 03. 06. 2020).

Введением додуманной чужой речи/мыслей:

- *Вот ВОЗМУЩЕНИЕ МАСС тем, что ими и особенно их мыслями будет «чертова машина» управлять, и есть такая ложная цель* (АН № 21 (715), 03. 06. 2020).

Использованием сермоцинато, то есть введением в авторский текст выдуманных чужих слов в форме прямой речи:

- *«ТОЖЕ МНЕ, БИНОМ НЬЮТОНА!»- как сказал бы Коровьев из «Мастера и Маргариты»...*(АН № 21 (715), 03. 06. 2020).

- *«НУ РАЗРЕШИЛ И РАЗРЕШИЛ. МЫ ТУТ ПРИ ЧЕМ?» — спросит воспитанный телевизором читатель. Еще как при чем!* (АН № 3 (747), 27. 01. 2021).

Опровержением сложившегося ранее мнения:

- *«Бред», — скажете вы... СОВСЕМ ДАЖЕ НЕ БРЕД!* (АН № 21 (715), 03. 06. 2020).

Демонстрацией обманутого ожидания:

- *В 2013-м, когда пришли и за академической наукой, поляна вокруг была вытоптана конями современной орды. ЖДАЛИ, ЧТО МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ ЗАСТУПИТСЯ. Как же, мы же за международное сотрудничество! ЗАСТУПИЛИСЬ? И одной миллионной того возмущенного шума, который подняли в связи с «отравлением» Навального, не услышали* (АН № 44 (738), 11. 11. 2020).

2. **ТЕАТРАЛИЗАЦИЯ** (полилог героев, у каждого из которых есть своя речевая партия, а также другие сценичные маркеры):

- *«Бред и чепуха! — воскликнет в этом месте простой советский гражданин Сергей Юрьевич Беляков, который любит разговаривать с телевизором. — Зачем им знать обо мне? Тем более они наши враги, а посконные и дмотканые сервера хранятся на родимой землемушке. Ни шагу байту ни биту за кордон. Так когда-то говорил*

Заратустра, так сейчас говорит канал «Россия!» (АН № 21 (715), 03.06.2020).

- *Ни одна из пяти первых компаний, которые владеют почти 4 млн. гектаров российской пахотной земли, не имеет четкой и прозрачной структуры реальных конечных бенефициаров. А ведь они еще получают гигантские бюджетные дотации... ЗАНАВЕС!* (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).

Все сказанное выше относится к средствам риторического усиления речи. Кроме сказанного, хотелось бы остановиться на средствах субъектно-адресатного контакта. В публицистике А. Чуйкова к ним можно отнести: айстопперы (специальные средства привлечения или задержки читательского внимания), окказионализмы, останавливающие внимание на фоне нейтральной речи, побудительные конструкции, апеллятивы, напоминания, обращения к опыту читателя):

- *Западнофильство всегда было в душе русского дворянства: немеччина, франко-англоамериканопреклонение — особенность так называемой элиты. ПОМНИТЕ «Французик из Бордо, надсаживая грудь...»* (АН № 44 (738), 11. 11. 2020).

- *ПОНАБЛЮДАЙТЕ за молодежью (и не только!) в общественном транспорте* (АН № 8 (752), 03.03.2021).

- *Для затравки ВСПОМНИМ песенку: «Пейте, дети, молоко!»* (АН № 44 (738), 11.11. 2020).

- *ПОМНИТЕ заклинания: «Рынки — антисанитария, маленькие магазины около дома — зло, ларьки портят вид любимого города. Придут торговые сети, и всем будет хорошо!» Расчистили им дорогу, они триумфально пришли. ПОЛУЧИТЕ, РАСПИШИТЕСЬ* (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).

- *Сети, КАК ВЫ САМИ ПОНИМАЕТЕ, тоже совсем-совсем не российские, несмотря на русские названия типа «Авоьски»* (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).

- *ДАВАЙТЕ вновь ПОИГРАЕМ в цитаты* (АН № 26 (720), 08. 07. 2020).

- *СМОТРИТЕ, кто разрабатывает эти программы* (АН № 26 (720), 08. 07. 2020).

Диалогизация авторского монолога обеспечивается в публикациях А. Чуйкова и перманентным введением в текст чужой речи: прямой, косвенной и несобственно прямой. Особенно интересна несобственно-прямая речь — «стилистический прием соединения в одно целое авторского повествования и речи персонажа, их взаимопроникновения и слияния» [Фещенко 2004: 39], то есть «совмещение в одном отрывке двух субъектно-речевых планов» [Ковтунова 1956: 6]. «Не-

собственно-прямая речь сообщает чужое высказывание от лица автора, передающего чужую речь, но с точки зрения персонажа, чьи мысли, размышления передаются» [Фещенко 2004: 40].

Приведем пример совмещения в небольшом отрывке текста собственно-прямой речи (последняя выделена) и зоологической метафоры: *А вообще-то изящная комбинация получилась. Под предлогом защиты от тигров западных нашу страну окружили продовольственным забором. А вовнутрь запустили тигров транснациональных и тигров оффшорных. И сказали им: РЕЗВИТЕСЬ, РЕБЯТА, КАК ХОТИТЕ. ИМПОРТАЗАМЕЩЕНИЕ ВСЁ СПИШЕТ. 17 декабря дрессировщик, конечно, хлопнет кнутом. Но, похоже, тигры настолько вошли во вкус, что кнут уже не поможет* (АН № 49 (743), 16. 12. 2020).

В целом основой авторизации публицистического текста у А. Чуйкова является сходение в небольшом фрагменте текста средств диалогизации монолога, которые вместе с оценочными средствами продвигают рассуждение вперед:

- *Пока человечество додумалось всего до двух таких методов. Первый очень метко назвали «из пушки по воробьям»: клетки хаотично обстреливаются микрочастицами золота или вольфрама с нанесенными на них генами. СКОЛЬКО И КУДА ПОПАДЕТ? НЕ ЗНАЕТ НИКТО. КУДА ОНИ ВСТРОЯТСЯ? НЕ ЗНАЕТ НИКТО. ЧТО ПОЛУЧИМ В РЕЗУЛЬТАТЕ? ВОЗМОЖНО, ЧТО-ТО ПОЛУЧИМ, НО ПОКА НЕ ЗНАЕМ* (АН № 3 (747), 27. 01. 2021).

- *То есть скот ел и ел корм с измененной ДНК клетки, его откормили, забили, заколбасили и продали. И ВСЕ НОРМАЛЬНО? ВСЕ БЕЗОПАСНО? О КОВИДЕ, ПОНЯТНО, СЛЫШАЛИ ВСЕ, А О БОЛЕЗНИ МОРГЕЛЛОНОВ? ЭТА ШТУКА БУДЕТ ПОКРУЧЕ «ФАУСТА» ГЕТЕ* (АН № 3 (747), 27. 01. 2021).

Таким образом, в основе прагматической и стилистической авторизации дискурса в исследованных случаях лежит конвергенция двух видов: интертекстуальная (Д. Терентьев) и синтаксическая, восходящая к сходению средств стилистического синтаксиса (А. Чуйков). Такая конвергенция восходит к приемам популяризации, распространенным еще в советской прессе, ср. фрагмент газетного текста советского периода и его научную интерпретацию (приемы популяризации выделены курсивом):

ТЕКСТ

При попытке нарисовать детальную физическую картину биологического механизма, пожалуй, первым возникает вопрос: как он устроен? Ответом на него сегодня считается полное описание пространственной структуры образующих его молекул и их взаимного

расположения. Подчеркнем, что если даже механизм состоит из одной молекулы, совершенно недостаточно указать, из каких атомов она состоит (химия давно научилась это выяснять)...

Как же строятся такие модели? Как определяется расположение атомов в молекуле? Ведь они очень малы, и даже крупная молекула белка в самый современный электронный микроскоп видна маленьким комочком, структуру которого совершенно невозможно различить...

НАУЧНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

«В начале отрывка автор совершенно очевидно направляет мыслительное усилие читателя, дает психологическую подготовку и «разбег», строит «мостик конкретного» для перехода мысли в область сложнейшей абстракции. Он как бы говорит читателю: «Если бы я был тобой, я бы думал так... Давайте думать вместе». Отсюда и *пожалуй*, отсюда и проблемный вопрос, отсюда и экспликация самого слова *ответ*...

В начале следующего абзаца мысль читателя активизируется двойным... вопросом. А частица *ведь* подчеркивает атмосферу непосредственного рассуждения вслух» [Васильева 1982: 76].

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что авторизацию публицистического дискурса нельзя свести лишь к конвергенции оценочно-стилистических средств. Самовыражение автора может быть достигнуто и другими способами выдвижения прагматически значимой информации. Особый интерес представляет, с нашей точки зрения, авторизация публицистического дискурса посредством изменения модальной рамки слова и использования прагматических возможностей высказывания, которые играют важную роль в процессе формирования картины мира адресата в заданном автором направлении.

----- **10.2. Индивидуально-авторская представленность ценностей в жанре политического портрета Н. С. Хрущева** -----

Аксиологический компонент присутствует в любом жанре политического дискурса, и в том числе — в портретах политиков, публикуемых в СМИ. «Под медийным портретом можно рассматривать некий образ публичного лица, который создается средствами массовой информации путем информирования аудитории о его различных личностных, общественных и профессиональных качествах» [Петелина 2019: 308]. С точки зрения Н. А. Седовой, цель портретирования — «...с требуемой степенью

словесной детализации воссоздать какой-либо предмет или лицо, его характерные составляющие и отличительные признаки» [Седова 1999: 94].

Материалом данного раздела являются четыре журналистских портрета и один портрет-отзыв, созданные в период с 2017 по 2019 гг. и опубликованные в массовых популярных газетах. Со своей стороны мы попытались охарактеризовать авторизацию дискурса СМИ в медийных портретах Н. С. Хрущева с позиций аксиологической лингвистики (подробнее см. в статье Н. Б. Руженцевой «Индивидуально-авторская представленность ценностей в жанре политического портрета (на материале печатных СМИ)», 2019).

Схема анализа индивидуально-авторского осмысления ценностей с необходимостью должна включать ряд инвариантных компонентов (заметим, что их репертуар может быть и более широким, и более узким для разных медиажанровых форм). Эти компоненты предполагают осмысление фигуры политика:

- по линии жанровых разновидностей воплощения фигуры политика (формально-содержательного субстрата для репрезентации аксиологической составляющей);
- по списку ценностей/антиценностей, соотносимых с фигурой политика;
- по линии оценки фигуры политика (позитивная, негативная, смешанная) и по уровню речевой агрессии (слабой, сильной и сверхсильной), используемой для ценностной интерпретации фигуры политика;
- по специфике текстового воплощения ценностей, соотносимых с точкой зрения автора, транслируемой адресату.

Заметим, что указанную специфику можно исследовать по-разному. Так, Е. Н. Горбачева вскрывает специфику речевой репрезентации ценностей дипломатического дискурса, выявляя используемые для этой цели метафоры, перформативные глаголы и другие речевые средства [Горбачева 2017]. В свою очередь, Л. В. Рацибурская, исследуя новообразования в медиаполитическом дискурсе, отмечает тот факт, что осмысление реальности в последних предполагает «активизацию личности автора, игровую презентацию окружающих реалий, особенно лиц, истероидность и агрессивность воздействия» сниженную вербальность» [Рацибурская 2019: 245]. Со своей стороны мы попытались кратко охарактеризовать ведущие идиостилевые способы самовыражения автора в каждом из политических портретов.

При этом мы разделяем мнение Ю. Н. Петелиной о том, что «медийный портрет политика ситуативно зависим, не статичен и может меняться, так как событийность его деятельности предопределяет восприятие и формирование оценки политика адресатом. То, каким

будет представление о политике в сознании аудитории, часто зависит от позиции новостных СМИ, то есть именно в медиаполитическом дискурсе осуществляется создание образа политического лидера» [Петелина 2018: 308]. В связи с этим нужно отметить, что полученные нами результаты имеют не абсолютный, а относительный характер, а фигура Н. С. Хрущева в медийных портретах представлена противоречиво. «В 90-е из Никиты Хрущева лепили образ такого положительного чудака» (ЭГ № 7 (1252), 18.02. 2019), но в настоящее время мнения об этом политике и его оценки разделились. К 125-летию со дня рождения Н. С. Хрущева в 2019 г. многие российские СМИ опубликовали материалы о нем. Попытаемся представить индивидуально-авторское осмысление фигуры Н. С. Хрущева в 5 публикациях, соотносимых с разными жанровыми формами и имеющими разный аксиологический модус, по приведенной выше схеме анализа.

1. Жанровое воплощение фигуры Н. С. Хрущева, ср.:

- К. Кудряшов. *Где наследие Никиты Хрущева?* (АИФ-Урал № 16, 2019) — форма, близкая к портретному очерку.

- М. Панюков. *В развале СССР виноват Хрущев* (ЭГ № 7 (1252), 18.02. 2019) — интервью с писателем и политологом Н. Стариковым.

- Г. Миронов. *Великий кукурузевельт* (ЭГ № 4 (1286), 14.10. 2019) — форма, близкая к общеполитической статье. «Общеполитические (статьи. — Н. Р.) публикуются в связи со знаменательными датами, выдающимися событиями внутренней и международной жизни» [Грабельников 2004: 226]. Такая статья, как и любой текст этого жанра, «отличается логической схемой большой глубины и широтой анализируемого фактического материала, обобщение которого и дает автор» [Майданова 1987: 18].

В. Жириновский. *Отчего у русских хмурые лица?* (АИФ № 17, 2019) — фрагмент высказывания В. Жириновского о Н. С. Хрущеве как структурный компонент жанровой формы «мнение».

А. Григорьев. *Разговор с товарищем Сталиным. По душам* (АН № 39(683), 09.10. 2019) — фрагмент о Н. С. Хрущеве из рецензии на книгу В. Щепоткина «Разговор по душам с товарищем Сталиным».

2. Ценности/антиценности, соотносимые с фигурой Н. С. Хрущева:

Где наследие Никиты Хрущева?

Ценности:

- Стремление к первенству в ряде сфер: *Первый спутник, первый человек в космосе, ракетно-ядерная программа, доступное бес-*

платное жилье (знаменитые «хрущевки») — все это уже стало общим местом.

- Дар предвидения: По большому счету, сформулированная в 2006 г. концепция «Россия — энергетическая сверхдержава» была бы невозможна без того, что сделано при Хрущеве, и его личном участии... Именно он настоял, что будущее — за нефтью и газом... Все внимание теперь уделялось Сибири, нефти и газу. Нефтедобыча во времена Хрущева возросла в 7,5 раза. Профессия геолога становится престижной и модной. XXII съезд КПСС определил энергетику как основное стратегическое направление.

- Забота о народе: При Сталине каждый отдельный человек был обязан работать на износ. Хрущев же серьезно ослабил нажим — так, служащим было запрещено оставаться на работе после 8 вечера. Дальше — больше: «С 1964 года намечается приступить к постепенному переходу на пятидневную рабочую неделю при 6-7-часовом рабочем дне»; Сам вопрос о пенсиях поднял лично Хрущев, годом ранее подав в Президиум ЦК КПСС записку.

Антиценности: отсутствуют.

В развале СССР виноват Хрущев

Ценности: отсутствуют.

Антиценности:

- Политическая недалковидность: Поставил под сомнение территориальную принадлежность Курил, пообещав японцам что-то когда-нибудь отдать. Вывел войска из Австрии в 1955 году — никто не требовал, не просил! Так он хотел подать пример американцам, чтобы те вывели войска из Западной Германии. И что же? Да они и сейчас там!.. Да он чуть планету не взорвал в результате Карибского кризиса! Крым — это лишь малая толика.

- Экономическая безграмотность, недалковидность: Еще была провальная экономическая реформа 1957-1965 годов: создание неэффективных совнархозов, уничтожение сельского хозяйства; Сталин...привязал рубль к золоту... После его смерти Хрущев отменил это постановление, чем нанес непоправимый вред стране.

- Антидемократизм, тирания: Припомните, когда это при Сталине отправлялась армия, чтобы расстреливать свой народ? А Хрущев сделал это в Новочеркасске, когда начались перебои с продуктами и люди вышли на демонстрацию. Такой вот «демократ».

Великий кукурузельт

Ценности:

- Забота о простых людях (дома-«хрущевки», первый советский автомобиль).

- Демократизация общества (хрущевская «оттепель»).
- Ликвидация последствий тоталитаризма (амнистии заключенных ГУЛАГа).

- Стремление к научно-техническому прогрессу (победы в космосе) и др.

Антиценности:

- Политическая безграмотность, недальновидность: *Начав «десталинизацию», Хрущев испортил отношения с бывшими союзниками — в первую очередь, с Китаем и Албанией... Никита Сергеевич ухудшил военно-стратегические позиции страны в Азиатско-Тихоокеанском регионе; Хрущев не только предательски подарил Крым украинцам, но и бесконтрольно вернул из ссылки многие репрессированные народы.*

- Экономическая безграмотность, недальновидность: *Хрущев добил частное предпринимательство — уничтожил производственные артели... Уже потом стало ясно, что советские госструктуры не в силах были единолично развивать все отрасли без частной инициативы.*

- Эстетическая безграмотность: *разгром выставки художников-авангардистов в московском Манеже в 1962 году.*

- Антинародность действий власти, безответственность: *Он принял решение о приостановке выплат по всем выпускам облигаций внутреннего займа, и Страна Советов фактически оказалась в состоянии дефолта. Это привело к потерям в сбережениях большинства жителей СССР, которых десятилетиями заставляли эти облигации покупать; Большой урон хрущевская политика нанесла Вооруженным Силам СССР. Из армии и флота уволили почти 2 млн. военнослужащих — треть от общей численности. Без средств к существованию оказались сотни тысяч людей, верой и правдой служивших Родине; Почти одновременно разгрому подверглись МВД.*

- Антидемократизм, тирания: *Повышение розничных цен, нехватка мясо-молочной продукции, белого хлеба, картофеля, низкие зарплаты, введение продовольственных талонов привели в начале 60-х к многочисленным народным волнениям. Самым известным стал Новочеркасский расстрел.*

Отчего у русских хмурые лица

Ценности: отсутствуют.

Антиценности:

- Неэффективная экономическая политика: *Зачем он сократил приусадебные участки, довел страну до голода? Я сам был тому свидетелем. У нас в Алма-Ате белый хлеб давали только тем, у кого га-*

стрит. А денежная реформа 1961? Она была проведена в интересах врагов СССР.

- Неэффективная национальная политика: *Но самое страшное, что сделал Хрущев, — это политика коренизации. Русских вытесняли со всех руководящих постов в нацрегионах. Из-за этого я уехал из Казахстана! Это было началом развала СССР. Русские отовсюду уехали, остались без своих могил, своих домов, своих участков.*

- Антидемократизм, тирания: *В 1962 году Хрущев дал команду расстрелять демонстрацию рабочих в Новочеркасске. Где это видано: коммунисты расстреливают рабочих! И это партия рабочих? А ведь восстания людей труда против КПСС были и в Караганде, и в Тбилиси — по всей стране.*

Разговор с товарищем Сталиным по душам

Ценности: отсутствуют

Антиценности:

- Релятивизм, двойной стандарт, ср. фрагмент об участии Н. С. Хрущева («разоблачителя» культа личности Сталина) в массовых репрессиях:

Никита Хрущев, «разоблачающий» Сталина, в деле репрессий бежал впереди паровоза. Писатель приводит его подлинную записку: «Дорогой Иосиф Виссарионович! Украина ежемесячно посылает 17-18 тысяч репрессированных. А Москва утверждает не более 2-3 тысяч. Прошу Вас принять срочные меры. Любящий Вас Н. С. Хрущев. Сталин ответил: «Уймись, дурак!». Однако Хрущев не унялся. Снова написал...».

3. Оценка фигуры политика, уровень речевой агрессии.

Где наследие Никиты Хрущева?

Оценка фигуры Н. С. Хрущева — позитивная. Степень речевой агрессии — слабая, главным образом посредством чужой речи, ср.: *«Современник Хрущева режиссер Михаил Ромм высказался впоследствии так: «В качестве хозяина страны он был, пожалуй, чересчур широк. В какой-то момент отказали у него все тормоза».*

В развале СССР виноват Хрущев

Оценка Н. С. Хрущева — негативная. Степень речевой агрессии — скорее, сильная, ср. фрагмент интервью:

— *Что скажете о XX съезде, где был развенчан культ личности Сталина?*

— *Это отдельная тема. Речь Хрущева — ЛАЙ ЗЛОБНОЙ СОБАКИ, которая раньше была вынуждена молчать. Это — личная животная ненависть.*

Великий кукурузельт

Оценка Н. С. Хрущева — смешанная: *«Для страны Хрущев сделал больше плохого, чем хорошего».*

Степень речевой агрессии в негативно-оценочных фрагментах, скорее, сильная, ср.:

Большинство действий Хрущева носили деструктивный характер для государства. Экономика так и не смогла восстановиться после его ДУРАЦКИХ ЭКСПЕРИМЕНТОВ. Армия, милиция и рабочие были дезориентированы недальновидной политикой руководства партии и государства. Дальнейшее его нахождение у власти могло вызвать необратимые последствия и развал.

Отчего у русских хмурые лица?

Оценка Н. С. Хрущева — негативная. Степень речевой агрессии — промежуточная между сильной и сверхсильной, ср., например, высказывания, крайне враждебные по отношению к политике, но без грубых слов и выражений: *Довел страну до голода; в интересах врагов СССР; самое страшное, что сделал Хрущев — это политика коренизации; развал СССР.*

Разговор с товарищем Сталиным по душам

Оценка Н. С. Хрущева — негативная. Степень речевой агрессии — промежуточная между сильной и сверхсильной, однако эмоции враждебности, ненависти и презрения выражены не экспрессивной лексикой, а при помощи фактологической аргументации — текста обращения Хрущева к Сталину по поводу увеличения числа людей, подлежащих репрессиям (см. выше).

4. Специфика текстового воплощения ценностей, соотносимых с точкой зрения автора на фигуру того или иного политика (особенности текстообразования, выходящие на первый план).

Где наследники Никиты Хрущева?

Особенность публикации — ее внутренняя полемичность, введение квазиоппонента — совокупности людей, которые предположительно думают иначе, чем те, кто, как и автор, придерживаются позитивной оценки Хрущева., ср.: *НЕКОТОРЫЕ считают... что по совокупности заслуг он (Хрущев. — Н. Р.) должен быть третьим, а не первым. ДРУГИЕ же утверждают, что если где «дорогой Никита Сергеевич» и был первым, то лишь в развале стройного и грозного здания советской государственности. МОЛ, и застой, и роковая для СССР перестройка — родом из тех времен, когда у руля стоял Хрущев. Частица МОЛ (в значении «говорят»), в свою очередь, способствует диалогизации письменного монолога, свидетельствует о «влия-*

нии устной и письменной бытовой речи, взятой во всей ее полноте и разнообразии» [Коньков 2007: 60].

В развале СССР виноват Хрущев

Особенностью данного текста является его субъективизация, о чем свидетельствуют обороты и лексические средства со значением мнения или категорического бездоказательного утверждения, ср.:

— *Вы считаете, что Хрущев отравил вождя?*

— *ДУМАЮ, он имел к этому самое прямое отношение. Этим объясняется скорая расправа с Берией, который бы ВНЕ ВСЯКИХ СОМНЕНИЙ раскопал, что на самом деле случилось.*

Великий кукурузельт

Идиостилевая специфика данного портрета политика заключается в высокой информативности текста и аргументированности оценочных (позитивных и негативных) утверждений автора. Оценка прослеживается уже в заголовочном комплексе публикации.

Негативная оценка

Заголовок: *Великий кукурузельт*

Подзаголовок: *Хрущев сделал все для будущего развала СССР*

Лид (частично): *Он надоел всем: и сталинской «старой гвардии», и умеренным партийцам, и интеллигенции, и военным.*

Внутренний заголовок-1: *Удар по экономике*

Внутренний заголовок-2: *Царица полей*

Внутренний заголовок-3: *Рассорил союзников*

Внутренний заголовок-4: *Расстрел армии и милиции*

Внутренний заголовок-5: *Расстрелы рабочих*

Вставка-1: *Имей в виду* (о деятельности Хрущева в составе тройки НКВД, выносящей сотни расстрельных приговоров)

Вставка-2 (о разгроме выставки в Манеже)

Подпись к карикатуре: *Американская карикатура о том, как Карл Маркс в ужасе от ссоры Хрущева, Мао Цзэдуна и Иосипа Броз Тито из-за Иосифа Сталина.*

Подпись к фотографии памятника Хрущеву:

Герой фольклора:

Товарищ! Верь!

Придет она!

На водку старая цена.

И на закуску будет скидка,

Когда помрет Хрущев Никитка.

Позитивная оценка

Внутренний заголовок-6: *Без крови*

Внутренний заголовок-7: *Что-то хорошее*

Отчего у русских хмурые лица

Идиостилевые особенности письменного текста отражают идиостиль устных выступлений В. Жириновского. Самой главной чертой, на наш взгляд, является внутренняя полемичность авторской речи (*Где это видано: коммунисты расстреливают рабочих?! И это партия рабочих?* И т. д.). Полемичность достигается общепонятной лексикой, короткими простыми предложениями, множеством вопросно-ответных конструкций, общей экспрессивностью синтаксиса, в целом обеспечивающей динамичность высказываний В. Жириновского и в известной степени соответствующей коммуникативному прессингу как особенности его устных выступлений.

Разговор с товарищем Сталиным по душам

Использование контекста самодискредитации. Это текст записки Хрущева Сталину с предложением увеличить число репрессированных, подрывающим репутацию Н. С. Хрущева как разоблачителя культа личности.

В связи со сказанным выше хотелось бы привести точку зрения Н. Н. Клушиной. С ее точки зрения, аксиологической функцией медиа является консолидация общества, ср.: «Наше исследование современных медиа показывают, что массовая культура также получает аксиологический модус. Медиа сплавляют феномены элитарной, народной и массовой культур в единую медиакультуру, которая выполняет важную аксиологическую функцию — консолидирует общество на основе базовых ценностей, сохраненных в народной культуре...» [Клушина 2019: 28]. Возможно, для более обширного материала данное утверждение является бесспорным. Однако в границах политического портрета мысль о скреплении общества на основе единого аксиологического модуса представляется нам дискуссионной. С нашей точки зрения, при трансляции обществу взглядов на политика, соотносимых с разными аксиологическими модусами, происходит дифференциация социума. Медиа побуждают общество соотносить фигуры политиков с разным репертуаром ценностей, дифференцировать оценки политических деятелей по шкале: абсолютный позитив — абсолютный негатив — смешанная позитивно-негативная оценка. В популярной прессе превалирует негативная оценочность — важнейшая текстообразующая категория так называемой «горячей новости», переносимая и на жанр политического портрета.

В заключение хотелось бы подчеркнуть следующее.

Существует аксиологическая сфера, коррелирующая с медиатопиком «Политика» во всех его проявлениях. Но существует и аксиоло-

гическая субсфера, коррелирующая с политическим портретом как жанровой составляющей медиатопика. Эта субсфера субъективна, личностна, релятивна, соотносима с разным репертуаром ценностей и антиценностей, а ее аксиологические проявления обусловлены группой экстрадискурсивных и экстралингвистических факторов, в частности — идеологической концепцией издания. В этой субсфере обязательно присутствует морально-этический компонент, эксплицированный посредством позитивной/негативной оценки. В свою очередь, корреляция ценностей/антиценностей с другими группами медиажанров может быть иной, что во многом детерминирует формы авторского самовыражения в дискурсе СМИ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Материал монографии свидетельствует о том, что к 2021—2022 гг. в дискурсе российских печатных СМИ произошли значительные изменения. В дополнение к главе 1 попытаемся обобщить специфику этих изменений на материале изданий, ориентированных как на сферу книжной, так и на сферу разговорной речи.

1. Уменьшение доли социальной сущности, которая предполагает, что «из жизненных фактов, из живого прототипа журналист как бы извлекает их социальную сущность и делает ее основой газетного представления, лишь в той или иной мере оживляя его конкретными образными и фактологическими деталями» [Васильева 1982: 21]. Увеличение доли сущности воздействующей, предполагающей, в свою очередь, широкое использование подобных деталей. Увеличение доли личной информации, по сравнению с количеством информации официальной.

2. Сдвиг от стандарта, то есть «надежного донесения до читателя содержательно-информационной стороны с ее будничностью, деловитостью, строгостью, однозначностью, интеллектуальной точностью» [Костомаров 1971: 85], к экспрессии и даже сенсационности.

3. Неточность, приблизительность фактической информации, появление «версий фактов».

4. Перманентный переход от книжности речи к ее разговорности. В связи с этим В. Г. Костомаров в конце 1990-х отметил, что «сегодняшняя ориентация на разговорность сопровождается... ориентацией на книжность... Иными словами, языковой вкус формируется в достаточно драматичном столкновении разных потоков (на месте однонаправленной ориентации советского периода)» [Костомаров 1999: 37]. Однако в настоящее время прослеживается явная тенденция к смещению баланса в сторону разговорного начала газетной речи. Сказанное имеет место не только в газетах, ориентированных на разговорную речь (ЭГ), но и в других изданиях (АН, МК).

5. Повышение потенциальной экспрессивности, эмоциональности, пафосности текстов, использование приема «выведение на эмоцию».

6. Полифункциональность речевых средств: одни и те же средства могут служить и для актуализации интолерантности, и для авторизации дискурса, и для активизации обратной связи и т. д.

7. Аксиологические сдвиги, проявляющиеся в переходе от нейтральной речи к повышенной степени ее оценочности; уменьшение

толерантности к чужим мнениям и увеличение речевой агрессии; аксиологическая асимметрия текстов, то есть преобладание негативно — оценочных смыслов.

8. Возрастание авторизации дискурса печатных СМИ Смена векторов авторизации газетного текста: от гражданско-патетического начала, которое предполагает апологетику идеалов, связанных с общественным трудом, к началу обличительному. Апологетический текст имеет «окраску монументальности, гражданскую патетичность звучания» [Васильева 1982: 15]. В свою очередь, обличительный текст генетически восходит к ораторской речи-порицанию и содержит как негативную оценку лица или явления, так и явное или скрытое побуждение к действию.

9. Уменьшение внешних реакций на газетные сообщения; переход к повышению внутренней реактивности газетного текста (активизации внутритекстовых раздражителей (триггеров) для усиления обратной связи с читателем).

10. Повышенная полемичность газетной речи, которой способствуют: многоголосие текста (множественность представленных мнений), интолерантность к иному мнению, указания на абсурдность ситуации или чьего-либо высказывания, использование различных способов введения в текст чужих голосов.

11. Возрастание интертекстуальности газетной речи, числа апелляций к фактам российской и мировой культуры.

12. Возрастание стремление к оригинальности, нетривиальности газетного текста, становление стиля гранж.

13. Расширение ареала русскоязычной прессы в ближнем и дальнем зарубежье. Такая пресса повышает эффективность межнациональных контактов и является перспективным предметом исследования в области межкультурной коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абакумова, О. Б. Правда как ценность в русских пословицах в сопоставлении с английскими / О. Б. Абакумова. — Текст : непосредственный // Лингвокультурные ценности в языковом сознании и коммуникативной практике. — Тяньцзинь : Тяньцзиньск. ун-т иностр. языков ; Волгоград : ПринТерра-Дизайн, 2019. — С. 96—101.
2. Абушенко, В. Л. Аксиология / В. Л. Абушенко. — Текст : непосредственный // Всемирная энциклопедия: Философия. XX век. — Москва : АСТ ; Минск : Харвест : Современный литератор, 2002. — С. 21—23.
3. Агапова, С. Г. Основы межличностной и межкультурной коммуникации / С. Г. Агапова. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. — 288 с. — Текст : непосредственный.
4. Андреева, И. В. Иерархия ценностей китайских и российских студентов / И. В. Андреева. — Текст : непосредственный // Ценности в лингвокультурном аспекте: языковое сознание, коммуникация, текст. — Тяньцзинь : Тяньцзиньск. ун-т иностр. языков, 2017. — С. 132—146.
5. Аненкова, И. В. Язык СМИ и политика в риторическом аспекте (на примере политических кампаний 2007—2008 гг.) / И. В. Аненкова. — Текст : непосредственный // Язык СМИ и политика. — Москва : МГУ, 2012. — С. 162—198.
6. Арнольд, И. В. Стилистика современного английского языка / И. В. Арнольд. — Ленинград : Просвещение, 1981. — 383 с. — Текст : непосредственный.
7. Арнольд, И. В. Стилистика современного английского языка / И. В. Арнольд. — Москва : Флинта : Наука, 2002. — 384 с. — Текст : непосредственный.
8. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. — Москва : Языки русской культуры, 1998. — 896 с. — Текст : непосредственный.
9. Бабенко, Л. Г. Лингвистический анализ художественного текста / Л. Г. Бабенко, И. Е. Васильев, Ю. В. Казарин. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000. — 532 с. — Текст : непосредственный.
10. Байгарина, Г. П. Казахстанский политический дискурс: социокультурная дифференциация / Г. П. Байгарина. — Текст : непосредственный // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке. — Москва : Академический проект, 2011. — С. 43—53.

11. Барт, Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Р. Барт. — Москва : Прогресс, 1989. — 616 с. — Текст : непосредственный.
12. Басовская, Е. Н. Стилистика и литературное редактирование : учеб. пособие / Е. Н. Басовская. — Москва : Изд-во Ипполитова, 2005. — 248 с. — Текст : непосредственный.
13. Бахтин, М. М. Из архивных записок к «Проблеме речевых жанров» / М. М. Бахтин. — Текст : непосредственный // Собр. соч. В 7 т. Т. 5. — Москва : Русские словари, 1996. — С. 207—286.
14. Бахтин, М. М. Проблема содержания, материала и формы в словесном художественном творчестве / М. М. Бахтин. — Текст : непосредственный // Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. — Москва : [б. и.], 1975. — С. 6—71.
15. Беляев, Д. Разруха в головах. Информационная война против России / Д. Беляев. — Санкт-Петербург : Питер, 2015. — 256 с. — Текст : непосредственный.
16. Богоявленская, Ю. В. Теория и методология сопоставительного когнитивно-семиотического корпусного исследования парцелляции во французских и русских печатных СМИ : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Богоявленская Ю. В. — Екатеринбург, 2016. — 50 с. — Текст : непосредственный.
17. Бодрунова, С. С. Медиакратия СМИ и власть в современных демократических обществах : автореф. дис. ... д-ра полит. наук / Бодрунова С. С. — Санкт-Петербург, 2015. — 47 с. — Текст : непосредственный.
18. Бойкова, Н. Г. Публицистический стиль : учеб. пособие / Н. Г. Бойкова, А. Н. Беззубов. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 1999. — 36 с. — Текст : непосредственный.
19. Болотнова, Н. С. Основы теории текста / Н. С. Болотнова. — Томск : Изд-во Томск. гос. пед. ун-та, 1999. — 100 с. — Текст : непосредственный.
20. Булгакова, Н. Е. Словесные ярлыки как лексико-семантическое и лингвоэкологическое понятие / Н. Е. Булгакова. — Текст : непосредственный // Мир русского слова. — 2012. — № 2. — С. 42—47.
21. Боров, В. Ю. Культура и массовая коммуникация / В. Ю. Боров, А. В. Коваленко. — Москва : Наука, 1986. — 301 с. — Текст : непосредственный.
22. Васильев, А. Д. Современное мифотворчество и российская телевизионная словесность / А. Д. Васильев. — Москва : ЛЕ-НАНД, 2014. — 240 с. — Текст : непосредственный.
23. Васильева, А. Н. Газетно-публицистический стиль речи / А. Н. Васильева. — Москва : Русский язык, 1982. — 198 с. — Текст : непосредственный.

24. Ващенко, А. В. Понятия «справедливость» и «свобода» как ценности политических дискурсов «Востока» и «Запада» / А. В. Ващенко. — Текст : непосредственный // Ценности в лингвокультурном контексте: языковое сознание, коммуникация, текст. — Тяньцзинь : Тяньцзиньск. ун-т иностр. языков, 2017. — С. 264—268.
25. Вепрева, И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху / И. Т. Вепрева. — Москва : ОЛМА-ПРЕСС, 2005. — 384 с. — Текст : непосредственный.
26. Власова, Е. В. Речевая агрессия как одно из выражений власти в СМИ / Е. В. Власова. — Текст : непосредственный // Проблемы речевой коммуникации. — Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2004. — Вып. 4. — С. 190—195.
27. Воркачев, С. Г. Сила не в силе: идея справедливости в русской лингвокультуре / С. Г. Воркачев. — Текст : непосредственный // Ценности в лингвокультурном аспекте: языковое сознание, коммуникация, текст. — Тяньцзинь : Тяньцзиньск. ун-т иностр. языков, 2017. — С. 238—244.
28. Ворошилова, М. Б. Креолизованный текст: аспекты изучения / М. Б. Ворошилова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2007. — Вып. 3 (23). — С. 73—78.
29. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. — Москва : Наука, 1981. — 323 с. — Текст : непосредственный.
30. Гаспаров, Б. М. Литературные лейтмотивы. Очерки по русской литературе XX века / Б. М. Гаспаров. — Москва : Наука, 1993. — 304 с. — Текст : непосредственный.
31. Гертнер, Е. В. Репродукция ценностей культуры гламура в текстах массовой словесности / Е. В. Гертнер. — Текст : непосредственный // Аксиологические аспекты современных филологических исследований. — Екатеринбург : Ажур, 2019. — С. 288—290.
32. Глебович, Т. А. Буллинг в повестке российских СМИ: стратегии репрезентации / Т. А. Глебович. — Текст : непосредственный // Аксиологические аспекты современных филологических исследований. — Екатеринбург : Ажур, 2019. — С. 123—125.
33. Глухова, А. В. К вопросу о роли провокации в политике / А. В. Глухова. — Текст : непосредственный // Власть. — 2016. — № 3. — С. 92—96.
34. Горбачева, Е. Н. Вербальная репрезентация ценностей в дипломатическом дискурсе (на материале официальных заявлений МИД РФ) / Е. Н. Горбачева. — Текст : непосредственный // Ценности в лингвокультурном аспекте: языковое сознание, комму-

- никация, текст. — Тяньцзинь : Тяньцзиньск. ун-т иностр. языков, 2017. — С. 238—244.
35. Горячева, М. С. Сатира Салтыкова-Щедрина / М. С. Горячева. — Москва : Просвещение, 1976. — 239 с. — Текст : непосредственный.
36. Гофман, Е. Язык и стиль массовой информации и пропаганды / Е. Гофман. — Москва : Изд-во МГУ, 1980. — 254 с. — Текст : непосредственный.
37. Грабельников, А. А. Работа журналиста в прессе / А. А. Грабельников. — Москва : РИП-холдинг, 2004. — 274 с. — Текст : непосредственный.
38. Груздева, Н. А. Жанровые формы сочинений (очерк и эссе как жанры литературных произведений и виды творческих работ) / Н. А. Груздева. — Екатеринбург : [б. и.], 2006. — 43 с. — Текст : непосредственный.
39. Гуцко, И. Н. Плюсы и минусы сетературы / И. Н. Гуцко, Ю. В. Лис. — Текст : непосредственный // Языковые процессы в эпоху глобализации : материалы международного научного семинара. — Москва : Моск. пед. гос. ун-т, 2016. — С. 57—60.
40. Демьянков, В. З. Исследование текста и дискурса СМИ методами контрастивной политологической лингвистики / В. З. Демьянков. — Текст : непосредственный // Язык СМИ и политика. — Москва : МГУ, 2012. — С. 77—120.
41. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонская. — Москва : Флинта : Наука, 2008. — 263 с. — Текст : непосредственный.
42. Добросклонская, Т. Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики / Т. Г. Добросклонская. — Текст : электронный // Медиалингвистика. — 2015. — № 1 (6). — С. 25—56. — URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1423081001_2905.pdf.
43. Дюбуа, Ж. Общая риторика / Ж. Дюбуа. — Москва : Прогресс, 1986. — 391 с. — Текст : непосредственный.
44. Евстафьева, А. В. «Язык вражды» в средствах массовой информации: лингвистические и экстралингвистические факторы функционирования : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Евстафьева А. В. — Тамбов, 2009. — 26 с. — Текст : непосредственный.
45. Енина, Л. В. Практики политической идентификации россиян под влиянием медиаконцепта «Информационная война» / Л. В. Енина, О. В. Ильина, Е. В. Каблуков, Э. В. Чепкина. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2017. — № 4. — С. 96—105.

46. Ергалиева, С. Ж. Политический дискурс в текстодеριватологическом аспекте (на материале российских и казахстанских интернет-сайтов) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ергалиева С. Ж. — Кемерово, 2018. — 24 с. — Текст : непосредственный.
47. Ермакова, О. П. Ирония и ее роль в жизни языка / О. П. Ермакова. — URL: http://modernlib.ru/books/olga_pavlovna_ermakova. — Текст : электронный.
48. Жигунова, Г. Толерантность как ценность гражданского общества / Г. Жигунова. — Текст : непосредственный // Власть. — 2010. — № 1. — С. 60—63.
49. Земская, Е. А. Язык русского зарубежья: итоги и перспективы исследования / Е. А. Земская. — Текст : непосредственный // Русский язык в анучном освещении. — Москва, 2001. — № 1. — С. 114—131.
50. Иванова, С. В. Политический медиадискурс в фокусе лингвокультурологии / С. В. Иванова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2008. — № 8 (24). — С. 29—33.
51. Иссерс, О. С. Ценностные оценки молодежи в оценке современной речи / О. С. Иссерс. — Текст : непосредственный // Аксиологические аспекты современных филологических исследований. — Екатеринбург : УрФУ, 2019. — С. 26—27.
52. Зарецкая, Е. Н. Деловое общение / Е. Н. Зарецкая. — Москва : Дело, 2002. — 720 с. — Текст : непосредственный.
53. Зарецкая, Е. Н. Логика речи / Е. Н. Зарецкая. — Москва : Дело, 2007. — 424 с. — Текст : непосредственный.
54. Зарецкая, Е. Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая. — Москва : Дело, 1998. — 480 с. — Текст : непосредственный.
55. Карасик, В. И. Дискурсивное проявление личности / В. И. Карасик. — Текст : непосредственный // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. — 2016. — С. 56—77.
56. Карасик, В. И. Ценности как культурно значимые ориентиры поведения / В. И. Карасик. — Текст : непосредственный // Лингвокультурные ценности в языковом сознании и коммуникативной практике. — Тяньцзинь : Тяньцзиньск. ин-т иностр. языков ; Волгоград : ПрииТерра-Дизайн, 2019. — С. 3—10.
57. Карасик, В. И. Языковая кристаллизация смысла / В. И. Карасик. — Волгоград : Парадигма, 2010. — 422 с. — Текст : непосредственный.
58. Карасик, В. И. Языковое проявление личности / В. И. Карасик. — Волгоград : Парадигма, 2015. — 450 с. — Текст : непосредственный.

59. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. — Волгоград : Перемена, 2002. — 477 с. — Текст : непосредственный.
60. Карасик, В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. — Москва : Гнозис, 2009. — 406 с. — Текст : непосредственный.
61. Карпова, М. А. Фидбэк как цель и инструмент воплощения целей интернет-пользователя / М. А. Карпова. — Текст : непосредственный // Международный журнал экспериментального образования. — 2014. — № 6-2. — С. 114.
62. Катунин, Д. А. Картины мира медиадискурсов в восприятии адресата / Д. А. Катунин, Н. А. Мишанкина, Л. И. Ермоленкина. — Текст : непосредственный // Картины русского мира: современный медиадискурс. — Томск : ИД СК-С, 2011. — С. 191—278.
63. Кенжебалина, Г. Г. Концепт «Казахстан» в дискурсе СМИ / Г. Г. Кенжебалина. — Текст : непосредственный // Вестник Павлодарского государственного университета. Филологическая серия. — 2013. — № 2. — С. 93—96.
64. Клушина, Н. И. Аксиологический аспект медиастилистики / Н. И. Клушина. — Текст : непосредственный // Аксиологические аспекты современных филологических исследований. — Екатеринбург : Ажур, 2019. — С. 27—29.
65. Клушина, Н. И. Власть, СМИ и общество (стратегии и тактики формирования общественного мнения) / Н. И. Клушина. — Текст : непосредственный // Язык СМИ и политика. — Москва : МГУ, 2012. — С. 262—283.
66. Клушина, Н. И. Особенности публицистического стиля / Н. И. Клушина. — Текст : непосредственный // Язык средств массовой информации. — Москва : Академический проект : Альма-матер, 2008. — С. 479—495.
67. Ковтунова, И. И. Несобственно-прямая речь в языке русской литературы конца XVIII — 1-й пол. XIX вв. : автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. И. Ковтунова. — Москва, 1956. — 25 с. — Текст : непосредственный.
68. Кожемякин, Е. А. Медиадискурс / Е. А. Кожемякин. — Текст : электронный // Современный дискурс-анализ. — Вып. 2. — Т. 1. — URL: http://discourseanalysis.org/ada2_1/st20.shtml.
69. Козлова, И. В. Портрет политика как разновидность речевого жанра характеризующего типа / И. В. Козлова. — Текст : непосредственный // Коммуникация в современном мире. — Воронеж : ВГУ, 2001. — С. 129—132.
70. Коньков, В. И. Стилеобразующая концепция в средствах массовой информации / В. И. Коньков. — Текст : непосредственный //

- Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2007. — С. 18—20.
71. Коньков, В. И. Книжное и разговорное начало в средствах массовой информации / В. И. Коньков. — Текст : непосредственный // Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2007. — С. 56—63.
 72. Коньков, В. И. Основные понятия стилистики речи / В. И. Коньков, А. Н. Потсар. — Текст : непосредственный // Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект. — Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2007. — С. 6—55.
 73. Кормилицина, М. А. Формирование имиджа политика средствами СМИ / М. А. Кормилицина. — Текст : непосредственный // Проблемы речевой коммуникации. Вып. 4. Власть и речь. — Саратов : Изд-во Саратов. ун-та. — С. 65—70.
 74. Костомаров, В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. — Москва : [б. и.], 1971. — 267 с. — Текст : непосредственный.
 75. Костомаров, В. Г. Языковой вкус эпохи / В. Г. Костомаров. — Санкт-Петербург : Златоуст, 1999. — 320 с. — Текст : непосредственный.
 76. Кошкарова, Н. Н. Русскоязычные СМИ Китая как инструмент формирования имиджа страны и мира / Н. Н. Кошкарова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2017. — № 5(65). — С. 85—88.
 77. Кошкарова, Н. Н. Фейковые новости: креативное решение или мошенничество? / Н. Н. Кошкарова. — Текст : непосредственный // Вестник Томск. гос. пед. ун-та. — 2018. — № 2 (1919). — С. 14—18.
 78. Краснова, Т. И. Феномен оппозитивности газетного дискурса русского зарубежья 1917—1920(22) гг. : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Краснова Т. И. — Екатеринбург, 2015. — 42 с. — Текст : непосредственный.
 79. Красных, В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология / В. В. Красных. — Москва : Гнозис, 2002. — 282 с. — Текст : непосредственный.
 80. Кривоносков, А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А. Д. Кривоносков. — Санкт-Петербург : Петербургское востоковедение, 2002. — 288 с. — Текст : непосредственный.
 81. Кристева, Ю. Бахтин, слово, диалог и роман / Ю. Кристева. — Текст : непосредственный // Диалог. Карнавал. Хронотоп. — 1993. — № 4. — С. 5—24.

82. Куницына, В. Н. Межличностное общение / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. — Санкт-Петербург : Питер, 2001. — 544 с. — Текст : непосредственный.
83. Лазарева, Э. А. Заголовок в газете / Э. А. Лазарева ; Урал. гос. пед. ун-т. — Свердловск : [б. и.], 1989. — 92 с. — Текст : непосредственный.
84. Леффлер, З. Кто решит, что нам читать? / З. Леффлер. — Текст : непосредственный // Знамя. — 2003. — № 11. — С. 54—57.
85. Лашук, О. Р. Выступление на методическом семинаре «Динамика развития форматов и жанров в современных СМИ» / О. Р. Лашук. — Текст : электронный // Медиаскоп. — URL: <http://www.mediascope.ru/node/416>.
86. Леонтович, О. А. Методы коммуникативных исследований / О. А. Леонтович. — Москва : Гнозис, 2011. — 224 с. — Текст : непосредственный.
87. Лобанова, Т. Н. Языковая репрезентация и оценка образа современной России в газетных публикациях КНР / Т. Н. Лобанова. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2011. — № 2. — С. 32—39.
88. Ляпун, С. В. Ирония в газетной публицистике конца XX — начала XXI веков: стилистический прием и стилевая тенденция / С. В. Ляпун. — Текст : непосредственный // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2, Филология и искусствоведение. — 2009. — № 1.
89. Майданова, Л. М. Стилистические особенности газетных жанров / Л. М. Майданова. — Свердловск : УрГУ, 1997. — 64 с. — Текст : непосредственный.
90. Малышева, Е. Г. Русский спортивный дискурс: теория и методология лингвокогнитивного исследования : дис. ... д-ра филол. наук / Малышева Е. Г. — Омск, 2011. — 407 с. — Текст : непосредственный.
91. Малышева, Е. Г. Методология и методы медиаисследований / Е. Г. Малышева, О. С. Рогалева. — Омск : ОмГУ, 2017. — 132 с. — Текст : непосредственный.
92. Матвеева, Л. В. Роль журналистики в трансформации образа политика в современном мире / Л. В. Матвеева, М. Д. Замская. — Текст : непосредственный // Язык СМИ и политика. — Москва : МГУ, 2012. — С. 329—355.
93. Миронова, П. О. Стратегия редукционизма в современном политическом дискурсе: коммуникативно-прагматический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Миронова П. О. — Омск : ОмГУ, 2003. — 23 с. — Текст : непосредственный.

94. Михалев, А. В. Русские в Монголии: мифы и образы диаспоры в дискурсе региональной прессы / А. В. Михалев. — URL: http://dobrodeya.ucoz.de/index/russkie_v_mongolii/0-575. — Текст : электронный.
95. Михальская, А. К. Основы риторики: мысль и слово / А. К. Михальская. — Москва : Просвещение, 1996. — 416 с. — Текст : непосредственный.
96. Морозова, С. Как распознать фейк: пособие для журналистов и пользователей соцсетей / С. Морозова. — URL: <https://adindex.ru/news/adyummy/2015/10/8/128695.phtml>. — Текст : электронный.
97. Навасартян, Л. Г. «Наклеивание ярлыков» как один из приемов манипуляции информацией в СМИ / Л. Г. Навасартян. — Текст : непосредственный // Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер.: Филология. Журналистика. — 2016. — Т. 16. — Вып. 4. — С. 459—463.
98. Нахимова, Е. А. Теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования прецедентных единиц в современной российской массовой коммуникации : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Е. А. Нахимова. — Екатеринбург, 2011. — 45 с. — Текст : непосредственный.
99. Никитина, К. В. Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественным сознанием / К. В. Никитина. — Текст : непосредственный // Управление общественными и экономическими системами: многопредмет. науч. журн. — Орел : ОрелГУ, 2006. — С. 10—19.
100. Николаева, А. В. Трэнш-тенденции в русской политической публицистике / А. В. Николаева. — Текст : непосредственный // Язык СМИ и политика. — Москва : МГУ, 2012. — С. 547—568.
101. Ольшанский, Д. В. Политический PR / Д. В. Ольшанский. — Санкт-Петербург : Питер, 2003. — 544 с. — Текст : непосредственный.
102. Олянич, А. В. Презентационные коммуникативные стратегии в политическом дискурсе / А. В. Олянич. — Текст : непосредственный // Современная политическая лингвистика / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2003. — С. 120—122.
103. Онтология языка как общественного явления. — Москва : Наука, 1983. — 312 с. — Текст : непосредственный.
104. Петелина, Ю. Н. Медийный портрет Терезы Мей и его лексико-семантические особенности / Ю. Н. Петелина. — Текст : непосредственный // Ценности в лингвокультурном аспекте: языко-

- вое сознание, коммуникация, текст. — Тяньцзинь : Тяньцзиньск. ун-т иностр. языков, 2019. — С. 307—315.
105. Пирогова, Ю. К. Феномен давления дискурса в текстах маркетинговых коммуникаций / Ю. К. Пирогова. — Текст : непосредственный // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке. — Москва : Академический проект, 2011. — С. 218—225.
106. Платонова, О. В. Информационное поле и информационная норма в СМИ / О. В. Платонова, С. И. Виноградова. — Текст : непосредственный // Культура русской речи. — Москва : Норма-Инфра, 1998. — С. 240—264.
107. Платонова, О. В. Прагматика и риторика дискурса в периодической печати. Сфера субъекта и выражение оценки / О. В. Платонова, С. И. Виноградов. — Текст : непосредственный // Культура русской речи. — Москва : Норма-Инфра, 1998. — С. 253—264.
108. Попова, Т. И. Жанровая дифференциация: отбор языковых средств в публицистике. Речевая агрессия и речевая манипуляция в СМИ / Т. И. Попова. — Текст : непосредственный // Русский язык и культура речи. — Москва : Юрайт-Издат, 2006. — С. 128—129.
109. Попова, З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. — Москва : АСТ : Восток-Запад, 2007. — 314 с. — Текст : непосредственный.
110. Потсар, А. Н. Речевое воздействие в глянцевых изданиях / А. Н. Потсар. — Текст : непосредственный // Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2007. — С. 71—78.
111. Пром, Н. А. Фактуализация реальности в медиадискурсе: характеристика, типы, способы выражения : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Пром Н. А. — Москва, 2021. — 40 с. — Текст : непосредственный.
112. Прохоров, Ю. Е. Русские: коммуникативное поведение / Ю. Е. Прохоров, И. А. Стернин. — Москва : Флинта : Наука, 2007. — 328 с. — Текст : непосредственный.
113. Прохорова, К. В. Газетный заголовок: проблемы и функциональные возможности / К. В. Прохорова. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2005. — 80с.
114. Прохорова, К. В. Совокупный заголовочный текст / К. В. Прохорова. — Текст : непосредственный // Русская речь в средствах массовой информации: стилистический аспект. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2007. — С. 179—202.

115. Рацибурская, Л. В. Лингвокультурная специфика новообразований в современных российских СМИ / Л. В. Рацибурская. — Текст : непосредственный // Лингвокультурные ценности в языковом сознании и коммуникативной практике. — Тяньцзинь : Тяньцзиньск. ун-т иностр. языков, 2019. — С. 240—252.
116. Руженцева, Н. Б. Абсурд в зеркале СМИ: язык — речь — текст — дискурс // Политическая лингвистика. — 2023. — № 1 (97). — С. 19—26.
117. Руженцева, Н. Б. Абсурд как средство текстообразования: Гоголь — Булгаков — современные СМИ / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 6 (96). — С. 12—18.
118. Руженцева, Н. Б. Абсурд: кодирование и декодирование в дискурсе СМИ / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности: труды Уральского психолингвистического общества. — Екатеринбург, 2022. — Вып. 20. — С. 103—115.
119. Руженцева, Н. Б. Авторизация дискурса СМИ: к проблеме прагматической и стилиевой свободы журналиста / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2023. — № 2 (98). — С. 12—21.
120. Руженцева, Н. Б. Аксиологические приоритеты в заголовочных комплексах политико-экономических текстов / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Лингвокультурные ценности в языковом сознании и коммуникативной практике. — Волгоград : ПринТерра-Дизайн, 2019. — С. 190—198.
121. Руженцева, Н. Б. Базовые ценности межнационального дискурса в заголовках первой русской газеты в Африке / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2012. — № 4(42). — С. 34—40.
122. Руженцева, Н. Б. Гибридность как дискурсивный феномен: к вопросу о стратегическом блокировании нежелательных политических представлений / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2016. — С. 171—175.
123. Руженцева, Н. Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе / Н. Б. Руженцева ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2004. — 294 с. — Текст : непосредственный.
124. Руженцева, Н. Б. Дискурс власти в зеркале современных СМИ / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Материалы

- Междунар. конф. / РАНХИГС, УрГПУ. — Екатеринбург : [б. и.], 2020. — С. 135—143.
125. Руженцева, Н. Б. Имиджевое интервью-перформанс В. Жириновского: смена масок, эпатаж, технология примитива / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2015. — № 3 (55). — С. 50—56.
126. Руженцева, Н. Б. Индивидуально-авторское представление ценностей в жанре политического портрета (на материале печатных СМИ) / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2019. — № 6 (78). — С. 29—36.
127. Руженцева, Н. Б. Иноциальная специфика текста в чужом коммуникативном пространстве: методика анализа / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. — 2013. — № 1. — С. 114—120.
128. Руженцева, Н. Б. Интолерантность в зеркале СМИ: языковое и текстовое представление / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Когнитивные исследования языка. Вып. 2 (41). Когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике и смежных науках: современные проблемы и методология исследования / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2020. — С. 727—731.
129. Руженцева, Н. Б. Ирония в «Недельке» с Дмитрием Поповым»: возможности комплексного исследования текста / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2021. — № 4 (88). — С. 21—28.
130. Руженцева, Н. Б. Жанровые модификации политического портрета в дискурсе СМИ / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Язык и культура. — Томск, 2021. — № 53. — С. 85—104.
131. Руженцева, Н. Б. Клиповое мышление в политическом дискурсе: когнитивный вектор адаптации текста / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2017. — № 4. — С. 90—103.
132. Руженцева, Н. Б. Когнитивно-стилистические процессы в политическом нарративе популярных печатных СМИ / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2019. — № 1. — С. 66—74.
133. Руженцева, Н. Б. Лики автора в российском политическом дискурсе / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2015. — № 4 (54). — С. 46—53.
134. Руженцева, Н. Б. Манипулятивный компонент и предпосылочное знание в политическом интервью: вопросы и комментарии

- интервьюера / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2016. — № 1 (55). — С. 26—34.
135. Руженцева, Н. Б. Массмедийный политический дискурс: давление контекста и давление контента в свете украинских событий / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Имплицитные и эксплицитные стратегии в восточноевропейском политическом дискурсе : материалы рос. секции междунар. конференция. — Екатеринбург : УрГПУ ; Цюрих : Цюрихский ун-т, 2014. — С. 119—132.
136. Руженцева, Н. Б. Методология и методики анализа массмедийного политического текста / Н. Б. Руженцева ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2018. — 208 с. — Текст : непосредственный.
137. Руженцева, Н. Б. Мини-портрет политика: глаголы, ярлыки и прозвища / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Когнитивные стратегии филологического образования в России и за рубежом / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2021. — Вып. 3. — С. 163—168.
138. Руженцева, Н. Б. Политическая провокация: лингвистический комментарий недостоверных сообщений / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Учимся понимать Россию: политическая и массмедийная коммуникация / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2018. — С. 225—230.
139. Руженцева, Н. Б. Прямая и косвенная оценка политика в массовых печатных СМИ / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Русистика в XXI веке: тенденции и направления развития. — Ереван : ЕГУ, 2019. — С. 124—128.
140. Руженцева, Н. Б. Русскоязычная пресса за рубежом: универсалии и специфика анализа политических текстов / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Лингвокультура и концептуальное пространство языка. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2016. — Вып. 10. — С. 58—67.
141. Руженцева, Н. Б. Справедливость и несправедливость: речевое представление ценностей и антиценностей в современном медиадискурсе / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 2 (92). — С. 52—59.
142. Руженцева, Н. Б. Точка зрения в политическом дискурсе: речевое представление и аксиологическое содержание / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 3 (93). — С. 12—19.
143. Руженцева, Н. Б. «Шелковый путь»: от метафоры к символу (дискурсивно-стилистический потенциал) / Н. Б. Руженцева. —

- Текст : непосредственный //Один пояс — один путь / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2017. — С. 58—67.
144. Руженцева, Н. Б. Язык вражды и его представление в печатных СМИ: динамические процессы / Н. Б. Руженцева. — Текст : непосредственный // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. — 2022. — № 2. — С. 551—563.
145. Руженцева, Н. Б. Межнациональный околополитический нарратив в печатных и электронных СМИ / Н. Б. Руженцева, Ю. А. Антонова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2017. — № 4 (64). — С. 44—52.
146. Руженцева, Н. Б. Лингвокультурологическая специфика политического портрета в русскоязычных СМИ Монголии / Н. Б. Руженцева, Е. А. Нахимова. — Текст : непосредственный // XIV Конгресс МАПРЯЛ «Русское слово в многоязычном мире». — Нур-султан : [б. и.], 2019. — С. 1688—1693.
147. Руженцева, Н. Б. Функции ярлыков в коммуникативном портрете политика (на материале популярных печатных СМИ) / Н. Б. Руженцева, Е. А. Нахимова. — Текст : непосредственный // Экология языка и коммуникативная практика. — Красноярск, 2019. — № 4 (2). — С. 88—99.
148. Руженцева, Н. Б. Политико-экономический прогноз: методика идентификации и жанрово-дискурсивной интерпретации / Н. Б. Руженцева, Н. Н. Кошкарлова. — Текст : непосредственный // Вестник Пятигорского лингвистического университета. — 2016. — № 2. — С. 163—170.
149. Руженцева, Н. Б. Практика речи. Лингвополитическая персонология: российские политики прошлого и настоящего : учебное пособие для иностранцев, изучающих русский язык / Н. Б. Руженцева, А. И. Суетина. — Екатеринбург : [б. и.], 2020. — 124 с. — Текст : непосредственный.
150. Руженцева, Н. Б. Жанровые модификации политического портрета в дискурсе СМИ / Н. Б. Руженцева, Н. Н. Кошкарлова, А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Язык и культура. — Томск, 2021. — № 53. — С. 85—104.
151. Руженцева Н. Б., Кошкарлова Н. Н., Чудинов А. П. Триггеры в дискурсе власти и их отражение в СМИ / Н. Б. Руженцева, Н. Н. Кошкарлова, А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Язык и культура. — Томск, 2020. — № 50. — С. 99—114.
152. Руженцева, Н. Б. Феномен искажения информации в СМИ: версии фактов / Н. Б. Руженцева, Н. Н. Кошкарлова, А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный //Научный диалог. — 2021. — № 7. — С. 123—138.

153. Руженцева, Н. Б. Фидбэки в дискурсе печатных СМИ / Н. Б. Руженцева, Н. Н. Кошкарлова, А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2021. — № 1 (85). — С. 10—20.
154. Руженцева, Н. Б. Лингвополитическая персонология: коммуникативные портреты : монография / Н. Б. Руженцева, Е. А. Нахимова, М. В. Никифорова ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2020. — 142 с.
155. Руженцева, Н. Б. Лингвополитическая персонология : учебник для вузов / Н. Б. Руженцева, Е. А. Нахимова, А. И. Суетина ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2021. — 262 с. — Текст : непосредственный.
156. Руженцева, Н. Б. Жанр политического портрета в русскоязычных китайских СМИ: ценности и антиценности / Н. Б. Руженцева, А. И. Суетина, Ли Сыци. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2019. — № 2. — С. 107—112.
157. Руженцева, Н. Б. Юмор и ирония в политическом дискурсе / Н. Б. Руженцева, Е. В. Шустрова, М. Б. Ворошилова ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2015. — 253 с. — Текст : непосредственный.
158. Руженцева, Н. Б. Лингвополитическая персонология: методология и коммуникативные портреты политических лидеров / Н. Б. Руженцева, Е. Н. Иванова, Е. А. Нахимова, М. В. Никифорова ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2021. — 192 с. — Текст : непосредственный.
159. Рутковский, Л. В. Основные типы умозаключений / Л. В. Рутковский. — Текст : непосредственный // Избранные труды русских логиков XIX века. — Москва : Академия наук СССР, 1956. — 403 с.
160. Савенкова, Л. Б. Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты / Л. Б. Савенкова. — Ростов-на-Дону : РостГУ, 2002. — 239 с. — Текст : непосредственный.
161. Садова, Т. С. Метаязыковая рефлексия российских СМИ: порусски говоря / Т. С. Садова. — Текст : непосредственный // Лингвистика в XXI веке: тенденции и направления развития. — Ереван : Изд-во ЕГУ, 2019. — С. 128—132.
162. Седова, Н. А. Речевой жанр «портрет человека»: коммуникативно-прагматическая интерпретация / Н. А. Седова. — Текст : непосредственный // Вестник Омского университета. — 1999. — Вып. 4. — С. 94—98.
163. Семеновских, Т. В. «Клиповое мышление» — феномен современности / Т. В. Семеновских. — URL: <http://jarki.ru/wpress/2013/02/18/3208/>. — Текст : электронный.

164. Сиротинина, О. Б. Медилингвистика или медиастилистика? / О. Б. Сиротинина. — Текст : электронный // Медиалингвистика. — 2015. — № 2 (8). — С. 17—22. — URL: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1435177362_5869.pdf.
165. Сквородников, А. П. Расширение фигуральных возможностей языка современной российской газеты / А. П. Сквородников. — Текст : непосредственный // Русский язык сегодня. — Москва : Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН, 2003. — Вып. 2. — С. 556—564.
166. Сквородников, А. П. Экология русского языка / А. П. Сквородников. — Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016. — 388 с. — Текст : непосредственный.
167. Сквородников, А. П. Политические ярлыки в современном русскоязычном медиадискурсе / А. П. Сквородников, Г. А. Копнина. — Текст : непосредственный // Русская речь. — 2019. — № 1. — С. 44—57.
168. Словарь литературоведческих терминов / под ред. Л. И. Тимофеева, С. В. Тураева. — Москва : Просвещение, 1974. — 509 с. — Текст : непосредственный.
169. Сметанина, С. И. Медиатекст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) / С. И. Сметанина. — Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В. А., 2002. — 383 с. — Текст : непосредственный.
170. Солганик, Г. Я. О языке и стиле газеты / Г. Я. Солганик. — Текст : непосредственный // Язык и стиль средств массовой информации. — Москва : Академический проект, 2008. — С. 471—478.
171. Солганик, Г. Я. Стилистика русского языка / Г. Я. Солганик. — Москва : Дрофа, 1996. — 272 с. — Текст : непосредственный.
172. Солганик, Г. Я. Язык СМИ и политика. Введение / Г. Я. Солганик. — Текст : непосредственный // Язык СМИ и политика. — Москва : МГУ, 2012. — С. 8—26.
173. Сподарец, О. О. Воздействующий потенциал изобразительного ряда в креолизованных текстах политического дискурса СМИ (на материале современного американского политического медиадискурса) / О. О. Сподарец. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2015. — № 4 (54). — С. 112—117.
174. Стернин, И. А. Основные тенденции развития общения в первой половине XXI века (попытка прогноза) / И. А. Стернин. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — Воронеж : Истоки, 2003. — С. 4—19.

175. Сурикова, Т. И. Журналист, аудитория, власть: лингвоэтические аспекты взаимодействия в политическом дискурсе СМИ / Т. И. Сурикова. — Текст : непосредственный // Язык СМИ и политика. — Москва : МГУ, 2012. — С. 199—242.
176. Таранов, П. С. Секреты поведения людей / П. С. Таранов. — Москва : Гранд-Фаир, 2002. — 512 с. — Текст : непосредственный.
177. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. — Москва : Аспект-Пресс, 2000. — Текст : непосредственный.
178. Тихонова, С. А. Особенности отражения современной политической картины мира в политическом медиадискурсе / С. А. Тихонова. — Текст : непосредственный // Медиадискурс и проблемы медиаобразования. — Омск : ОмГУ, 2011. — С. 307—312.
179. Толерантность как атрибут современной жизни: понятие и принципы формирования : методическое пособие. — Тула : ГОУ ДПО ТО «ИПК и ППРО ТО», 2017. — 208 с. — Текст : непосредственный.
180. Томашевский, Б. В. Теория литературы. Поэтика / Б. В. Томашевский. — Москва : Аспект-Пресс, 1999. — 334 с. — Текст : непосредственный.
181. Туксайтова, Р. О. Советизмы в публицистике современного Казахстана / Р. О. Туксайтова. — Текст : непосредственный // Советское прошлое и культура настоящего / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2009. — Т. 2. — С. 217—220.
182. Успенский, Б. А. Семиотика искусства / Б. А. Успенский. — Москва : Школа «Языки русской культуры», июль 1995. — 360 с. — Текст : непосредственный.
183. Федорова, М. А. Мем в медиасреде как ярлык и стигма / М. А. Федорова, Т. А. Семилет. — Текст : непосредственный // Медиаисследования. — 2016. — № 3. — С. 211—216.
184. Фещенко, Л. Г. Чужая речь / Л. Г. Фещенко. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2004. — 60 с. — Текст : непосредственный.
185. Фрумкин, К. Клиповое мышление и судьба линейного текста / Константин Фрумкин. — Текст : электронный // Топос : литературно-философский журн. — 2010. — 22 сент. — URL: <https://www.topos.ru/article/7371>.
186. Хализев, В. Е. Теория литературы / В. Е. Хализев. — Москва : Высшая школа, 1999. — 398 с. — Текст : непосредственный.
187. Хазагеров, Т. Г. Общая риторика: курс лекций; словарь риторических приемов : учеб. пособие / Т. Г. Хазагеров, Л. С. Ширина. — Ростов-на-Дону : Феникс, 1999. — 320 с. — Текст : непосредственный.
188. Цзян, Ямин. Параметры изучения ценностей политического дискурса в рамках концепции «Один пояс — один путь» / Цзян

- Ямин. — Текст : непосредственный // Ценности в лингвокультурном аспекте: языковое сознание, коммуникация, текст. — Тяньцзинь : Тяньцзиньск. ун-т иностр. языков, 2017. — С. 189—198.
189. Цуладзе, А. Политические манипуляции, или Покорение толпы / А. Цуладзе. — Москва : Университет, 1999. — С. 86—87. — Текст : непосредственный.
190. Черняк, В. Д. Базовые понятия массовой литературы : учебный словарь-справочник / В. Д. Черняк, М. А. Черняк. — Санкт-Петербург : Изд-во РГПУ им. А. М. Герцена, 2009. — 167 с. — Текст : непосредственный.
191. Что такое клиповое мышление. — URL: <http://www.zoj.kz/popularnie/psychologiya/2016-chto-takoe-klipovoe-myshlenie.html>. — Текст : электронный.
192. Чудинов, А. П. Когнитивно-дискурсивное исследование метафоры в текстах СМИ / А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Язык средств массовой информации. — Москва : Академический проект : Альма-Матер, 2008. — С. 419—435.
193. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика / А. П. Чудинов. — Москва : Флинта : Наука, 2012. — 256 с. — Текст : непосредственный.
194. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) / А. П. Чудинов. — Екатеринбург : [б. и.], 2003. — 238 с. — Текст : непосредственный.
195. Хазагеров, Т. Г. Общая риторика: курс лекций; словарь риторических приемов / Т. Г. Хазагеров, Л. С. Ширина. — Ростов-на-Дону : Феникс, 1999. — 320 с. — Текст : непосредственный.
196. Шейгал, Е. И. Многоликий нарратив / Е. И. Шейгал. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2007. — Вып 2 (22). — С. 86—93.
197. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — Волгоград : Перемена, 2000. — 368 с. — Текст : непосредственный.
198. Шейгал, Е. И. Язык СМИ и политика в семиотическом аспекте / Е. И. Шейгал. — Текст : непосредственный // Язык СМИ и политика. — Москва : МГУ, 2012. — С. 121—161.
199. Шилихина, К. М. Семантика и прагматика вербальной иронии / К. М. Шилихина. — Воронеж : НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2014. — 304 с. — Текст : непосредственный.
200. Шумская, Э. Н. Образ России в казахстанском политическом дискурсе / Э. Н. Шумская. — Текст : непосредственный // Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, ми-

- фы и метафоры : материалы конф. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2010. — С. 20—27.
201. Эпштейн, М. Законы свободного жанра (эссеистика и эссеизм в культуре нового времени) / М. Эпштейн. — Текст : непосредственный // Вопросы литературы. — 1987. — № 7. — С. 120—152.
202. Routledge Encyclopedia of Philosophy. — URL: <https://www.rep.routledge.com/articles/thematic/facts/v-1>. — Text : electronic.
203. Schwartz, S. H. Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries / S. H. Schwartz. — Text : unmediated // Advances in experimental social Psychology. — 199. — Vol. 25. — P. 1—65.

Научное издание

**РОССИЙСКИЕ ПЕЧАТНЫЕ СМИ
НАЧАЛА XXI ВЕКА:
ЯЗЫК — ТЕКСТ — ДИСКУРС**

Монография

Подписано в печать 20.05.2024. Формат 60x84¹/₁₆
Бумага для множ. аппаратов. Печать на ризографе.
Гарнитура «Times New Roman».
Усл. печ. л. 11,4. Уч.-изд. л. 12,1.
Тираж 500. Заказ б/н.

Оригинал-макет отпечатан в издательском отделе
Уральского государственного педагогического университета.
620091 Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26.
E-mail: uspu@uspu.ru