ЯЗЫК СМИ

В.Н. Суздальцева, доцент кафедры стилистики русского языка факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

СЛОВО В МИФОЛОГИЗИРОВАННОЙ МОДЕЛИ МИРА

Статья посвящена рассмотрению современных политических мифов, которые, как отмечается в статье, по-прежнему играют важнейшую роль в создании масс-медийной картины мира. Описываются те вербальные средства, с помощью которых формируются новые мифы. Выявляются языковые механизмы реконструкции и трансформации мифов, уже существовавших.

Ключевые слова: *социальные и политические мифы, мифологизированная модель мира, вербальные конструкты мифа.*

The article is dedicated to the analysis of the contemporary political myths which according to the article are still playing the important role in creation of mass media world picture. There is a description of the verbal means that help the new myths to be formed. There have been determined the language mechanics of reconstruction and transformation of the already existing myths.

Key words: *social and political myths, mythologized model of world, verbal constructs of myth.*

В периоды посткризисной нестабильности в обществе возникает потребность в интерпретации происходящего и усиливается поиск эталонных поведенческих моделей, которые обеспечат эту интерпретацию и помогут самоидентифицироваться. Удобными схемами интерпретации и поведенческими образцами продолжают оставаться социальные и политические мифы, то есть «преувеличенные или искаженные представления о действительности»[1], которые, как известно, «обычно воспринимаются обществом не как вымысел, а как естественное положение вещей»[2]. Поэтому мифологизированное объяснение истории и современности по-прежнему одна из ярчайших черт политического дискурса сегодняшней России. А выявление языковых механизмов современного мифотворчества — одна из важнейших задач коммуникативистики.

Некоторые теоретические предпосылки изложенного ниже исследования:

1. Формирование мифа происходит с опорой на:

[1] *Крысько В.Г.* Словарь-справочник по социальной психологии. СПб.: Питер, 2003. С. 149.

[2] Там же.

а) архетипические реакции, заложенные в общенациональной ментальности;

б) предзнания, заключенные в когнитивной базе — семантическом ядре культурного пространства. Например, названия молодежных движений «Молодая гвардия», «Наши» связаны с представлениями и знаниями, которые сложились в советские военные годы, — позитивный миф. А дериват *нашизм* (созвучное — *нацизм*) выражает, соответственно, резко отрицательное отношение к движению и — опосредованно — к власти, которая его поддерживает.

2. Рецептивные установки (т.е. исходные позиции восприятия)[3] массовой аудитории и «успешность», вживляемость мифа обусловлены психологическими потребностями общества в данный момент (например, миф о «плохой власти», который время от времени возобновляется в российских СМИ первого десятилетия XXI века, обусловлен обычным для большинства людей «поиском врага» в некомфортной ситуации; миф об СССР как о самой доброй и справедливой стране нет-нет да и возвращается в последние годы вследствие недовольства сложившейся картиной материального неравенства).

3. Мифологическая модель, перенесенная на современные ситуации, воздействует «на подсознательный уровень» [Почепцов, 2004, с. 148] массовой аудитории и программирует ее реакции. Этими реакциями могут быть: а) согласие с информацией, принятие ее; б) обновление восприятия; в) эмоционально-психическое подавление, подчинение чужому мнению.

Способы, которыми осуществляется такое программирование:

— сообщение новой информации, которая чем-то привлекательна для реципиентов (чаще всего она облечена в гиперболические формы), и акцентированное повторение ее — приводит к принятию мифа;

— шоковое воздействие, которое приводит реципиента в состояние когнитивного диссонанса[4] — так можно добиться и обновления восприятия, и подчинения;

— загруженность (и перегруженность) однотипной эмоциональной, аффективной информацией — приводит к подавлению. Суггестивность (внушаемость) в результате возрастает.

Все три способа следует отнести к «аргументам ad hominem» [лат. ‘к человеку’] — риторическим приемам, которые используются

[3] *Борев Ю.Б.* Эстетика. Теория литературы: энциклопедический словарь терминов. М.: Астрель: АСТ, 2003. С. 362.

[4] *Крысько В.Г.* Указ. соч. С. 101.

для «психологического давления на оппонента в процессе аргументации»[5].

4. Очевидно, что, исследуя миф, нужно принимать во внимание две его стороны: план содержания и план выражения. Средства выражения — это прежде всего вербальные элементы: любой миф оформлен словесно. Вербально миф может конструироваться по-разному. Два основных способа: 1) пересказ, изложение мифа в его сюжетно-композиционном развертывании (у Е.И. Шейгал это миф-нарратив [Шейгал, 2004, с. 141]) с помощью обычных средств языка (так излагаются, например, мифы в книге Н. А. Куна «Легенды и мифы Древней Греции»); 2) вербальные «сгустки» мифа. Это тем или иным способом акцентируемые отдельные слова, сочетания слов или целые фразы, в которых концентрируется основной смысл мифа. Например: «*...певцеубийца* Царь Николай (анжанбеман. — *В.С.*) / Первый» (М. Цветаева) — об императоре Николае I — акцентирующая оценочная метафора; Николай *Кровавый* — об императоре Николае II после расстрела демонстрации 9 января 1905 г. — постоянный эпитет, включавшийся даже в учебники истории советских времен. «*Коммунизм есть советская власть плюс электрификация всей страны*», «*Коммунизм — это молодость мира, и его возводить молодым*» (каждая из фраз отражает одну из основных сторон мифа о коммунизме) — акцентировалось многократным повторением.

Такие семантически наиболее значимые вербальные единицы назовем вербальными конструктами мифа.

Помимо вербальных, существуют конструкты невербальные: артефактно-вещные (казненный колокол — разбитый или с вырванным языком), скульптурно-монументальные (например, «Медный всадник» Фальконе в Санкт-Петербурге. Раздавленный змей под копытами коня вводит эту скульптурную метафору в иконографический ряд Всадник-драконоборец [Соболева, 2006, с. 151—153], Всадник-победитель) и некоторые другие.

5. Каждый миф имеет смысловое ядро, и вербальные и невербальные конструкты, с одной стороны, устремлены к этому ядру, формируют его, являясь его оболочкой. А с другой стороны, они служат сигналами, вызывающими в сознании реципиента представление о мифе. Иллюстрацией этого может служить миф о Лужкове, бывшем на протяжении 17 лет мэром Москвы.

Смысловым ядром мифа о Лужкове явились понятия: «добросовестный труженик», «работяга» и «хозяйственник», вообще «ра-

[5] *Москвин В.П.* Выразительные средства современной русской речи. Тропы и фигуры. Терминологический словарь. 3-е изд., исправл. и доп. Ростов-н/Д: Феникс, 2007. С. 140.

чительный хозяин». В российской коллективной ментальности эти понятия всегда были социально одобряемыми и соотносились с представлением «свой» (вспомним: оппозиция «свой/чужой» — это одна из основных оппозиций для знаков политического дискурса [Шейгал, 2004, с. 112—113]. Вербальными средствами создания и поддержания этих представлений стали: 1) способ номинации: всяческое обыгрывание фамилии, но всегда — с положительными эмоциональными коннотациями: *Лужок* (шутливое прозвище); *лужковские* (почтительное) — ежемесячные доплаты пенсионерам из фонда г. Москвы; «*Больше лужков, парков и скверов!*» — лозунг в связи с мероприятиями по озеленению и благоустройству Москвы; «*Папаша Лу и дедушка Зю*» — заголовок МК — о Лужкове и Зюганове и некоторые другие. Здесь вольность в обращении с фамилией в сочетании с коннотацией дружелюбной шутливости — свидетельство отсутствия официальности в отношениях — это сигнал «свой»; 2) обыгрывание тех средств языка, которые акцентируют, что деятельность осуществляется для народа. Например, атрибутивный компонент «*народный*» в одной из последних акций «*Народный гараж*». Одно из значений прилагательного *народный* — ‘тот, который для народа’ (см. прежние: *Народный университет миллионов, Народный артист*. Или современное: *Народный* адвокат (‘адвокат для народа’) — название программы на радио «Русская служба новостей» — 17.01.11); 3) на миф «работало» и апеллирование к дореволюционным и потому воспринимающимся теперь как содержащие положительную сему номинациям. Таково *градоначальник*, которое активизировалось в СМИ именно в последнее десятилетие правления Лужкова (интересно, что Большой толковый словарь русского языка пока что дает его как обозначение дореволюционной России[6]). Ироничная почтительность, сопровождавшая номинацию, подчеркивала, что так назван тот, кто печется о городе, заботится о его жителях: опосредованно — сигнал «свой».

На представления «труженик», «работяга», то есть «свой», работали и элементы невербальных семиотических рядов: а) одежно-костюмного — пресловутая кепка — символ простоты (не шляпа!) и отсылка к Ленину. И шутливая вербализация этой детали в названиях: *«Царь-кепка»* (газета Московское Яблоко, 1999, октябрь, № 7); *«Дело в кепке»* — публицистический ТВ-фильм (НТВ, октябрь 2010); б) скульптурно-монументального, где некоторые атрибуты акцентировали эти же представления — памятник Ю. Лужкову ра-

[6] Градоначальник — ‘В России до 1917 года: должностное лицо с правами губернатора, управляющее каким-либо городом, выделенным из губернского подчинения в особую административную единицу’ // Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С.А. Кузнецова. СПб.: Норинт, 2001. С. 224.

боты З. Церетели: в дворницком фартуке, с дворницкой метлой. *Дворник* в российской ментальности — также слово-сигнал. Для советских интеллигентов 70—80-х гг. это одно из проявлений диссидентства, независимости неординарной личности от общепринятых стандартных норм поведения. Одновременно это опять-таки свидетельство демократизма: интеллигент, ушедший «в дворники», не гнушается никаким физическим трудом, то есть *труженик, работяга*, т.е. «свой». Забавно, что, согласно данным СМИ, шутливым прозвищем нынешнего мэра Москвы С. Собянина в его бытность губернатором Тюменской области, было «*Сережа-дворник*» — в напоминание о том, что при нем тюменские улицы стали стремительно преображаться (Новые Известия, 16.11.05).

Именно выбор в качестве смыслового ядра мифа о Лужкове как о хорошем главе города понятия «свой» сделал миф уязвимым: вся та информация, которая показала: «чужой», способствовала очень быстрому опровержению мифа в сознании массовой аудитории.

* * *

Политическая борьба и политические дискуссии последнего десятилетия не столько конструировали новые политические мифы, сколько опирались на мифы, уже существовавшие, сводясь к их восстановлению, либо к их опровержению. Таковы, например, попытки возродить миф о Сталине — великом вожде, об СССР как самой справедливой стране, миф о Ельцине-демократе, активизировавшийся сразу после его смерти в 2007 году и в феврале 2011 года, в дни празднования его 80-летия. В этом проявляются особенности политической коммуникации: «Эффективная коммуникация не столько задает новые сообщения, сколько подключается к уже имеющимся в массовом сознании представлениям» [Почепцов, 2004, с. 148]. Это же и одна из особенностей человеческой познавательной деятельности вообще: новая информация легче воспринимается и усваивается на фоне старой, в сопоставлении с ней. Слова являются сигналами, пробуждающими или высвобождающими необходимые для восприятия мифа или его переосмысления реакции. Остановимся на некоторых из наиболее распространенных в последнее десятилетие способов вербальной реконструкции/переработки мифа.

1. Апеллирование к прецедентному имени, которое всем кругом своих семантических и ассоциативных связей опровергает прежний миф. Например: «Павел I — русский *Гамлет*» (название ТВ-документального фильма — ТВ-Культура, 23.06.10); «Самодержавный *Дон Кихот*» — название выставки в Историческом музее, посвященной 180-летию коронации императора Николая I (ноябрь 2006 — январь 2007 года).

В русской исторической традиции, особенно XX века, и Павел I, и Николай I трактуются в координатах негативных мифов, в которых акцентируется внимание только на отрицательных сторонах их деятельности. Николай I — палач декабристов, гонитель Пушкина («*певцеубийца*»), махровый консерватор, насаждавший цензуру, жесткую дисциплину, душитель свобод. Павел I — полусумасшедший самодур, вводил муштру на прусский манер, пытался строго регламентировать жизнь дворян и горожан (например, императорским указом определялось, в какое время жители города должны гасить свет, запрещалось ночью перемещаться по городу всем, кроме врачей и повивальных бабок [Кулюгин, 2004, с. 378], ввел цензуру и запреты на многие издания, жестоко расправлялся с инакомыслием. Прецедентные имена: *Гамлет, Дон Кихот* — взламывают рамки этих мифов. Они имеют круг безусловно положительных ассоциативных связей и в русском, и в мировом культурном пространстве. К обоим именам можно отнести определение «рыцарь печального образа»: в одиночку вступает в борьбу с реальным (Гамлет) или кажущимся (Дон Кихот) злом; обречен на непонимание и насмешки, но побеждает всех возвышенностью своей борьбы. В концептосфере российской лингвокультуры восстание против зла, правдоискательство и бескорыстие всегда были приоритетны. Русский человек — «человек совести» [Колесов, 2007, с. 503]; для русского человека стремление к справедливости, совесть — внутренние регуляторы должного отношения к другим людям [там же, с. 503]. Правда и праведность — родственные понятия и входят в число константных концептов[7]. И эти архетипические реакции оказываются влиятельней, чем прежние мифы о Николае I и Павле I. Через шоковое воздействие происходит опровержение прежнего мифа, создается новый миф, правда, такой же односторонний, как и прежний. Теперь это возвышенная интерпретация образов данных исторических личностей.

2. Шоковое воздействие, приводящее опять-таки к переосмыслению мифа, осуществляется за счет акцентированного использования и других вербальных средств, вступающих в семантический конфликт с предзнанием и семантико-стилистическим узусом реципиента. Таковы, например, окказионализмы, вводящие старый миф в новые и противоречащие прежним связи. Например: «*Крепостные герои*» — название документального ТВ-фильма Алексея Пивоварова о защитниках Брестской крепости. Название семантически и произносительно соположено прецедентному феномену *Брестская крепость* (прецедентная ситуация, инвариант

[7] *Степанов Ю.С.* Константы. Словарь русской культуры. 3-е изд., испр. и доп. М.: Академический проект, 2004. С. 466, 877.

восприятия которой [Красных, 2002, с. 72] у всех одинаков: оценочное ядро мифа заключено в слове *герой*. *Крепостной* в российской концептосфере также занимает особое место: является символическим обозначением несправедливости и бесправия человеческой личности вообще. Столкновение этих представлений привносит в семантическую структуру мифа новые компоненты: *герои* — объект восхищения, безмерного уважения; *крепостные* — модально-оценочное [Солганик, 1981, с. 56] слово, оно не только высказывает сочувствие воинам, но и косвенно выражает осуждение тех советских руководителей, которые обрекли защитников крепости на страшную участь. Произошло расширение прежнего мифа, раньше — оценочно однонаправленного. Миф модифицировался в сторону бóльшей объективности.

3. Такой же семантический конфликт создается, когда новейшие, отмеченные «престижностью» на данном синхронном срезе оценки и характеристики применены по отношению к какому-либо лицу, событию из прошлого (при вторичной мифологизации). Например, *эффективный менеджер* — о Сталине (в СМИ и в Интернете 2009—2010 годов). Затем — о Берии — в программе Антона Хрекова «НТВшники» («Верните Берию!» — НТВ, 26.11.10). Неожиданность характеристики, ее явственно ощущаемая анахроничность производят шоковое воздействие и обновляют восприятие.

4. Приведенные выше примеры иллюстрируют тезис о том, что миф чаще строится с опорой на эмоции, а не на разум [Шейгал, 2004, с. 136].

Еще один способ — нагнетание эмоций — а м п л и ф и к а ц и я (приводит к суггестивности и автоматическому принятию мифа). Она осуществляется при насыщении текста:

а) словами, семантика которых вызывает однотипные эмоции;

б) словами, выражающими однотипные (в плане оценки) эмоции;

в) лексикой элятивной семантики.

С помощью приема а м п л и ф и к а ц и и организован, например, очерк А. Колесниченко «Тайны поместья Сталина»[8], направленный против попыток возродить миф о Сталине как о мудром и великом руководителе страны:

«57 лет назад Иосифа Сталина хватил удар. 5 марта вождь скончался — там же, на “Ближней даче”, в Подмосковье... Это было его логово, его любимый “домик с огородом” и второй, после кремлевского, рабочий кабинет... Здесь отец народов в узком кругу обсуждал и принимал решения, от которых зависела жизнь миллионов советских людей и судьбы мира...» и т.д.

[8] *Колесниченко А.* Тайны поместья Сталина // АиФ. 2010. № 9. С. 48—49.

Вербальными средствами, концентрирующими негативный смысл, рисующими негативный образ и опровергающими миф, здесь являются:

1) нарочитая грубость фразы, которой начинается публикация: «*57 лет назад Иосифа Сталина хватил удар*» (заявлено отвращение автора материала к тому, кого снова пытаются возвеличить);

2) обозначения с коннотацией пренебрежительности: *логово, палил по воронам, выписывать... непредвиденные кренделя, болтовня с плоскими шуточками* (косвенная отрицательная оценка);

3) детализирующая лексика семантики уничижения. Она выражает нижний уровень тимиологической оценки, то есть «оценочного ранжирования» [Шейгал, 2004, с. 121]: *опасавшийся засад и покушений* (трусость), *любимые заношенные тапки вождя, мыться... предпочитал..., сидя в ванной с низкими бортиками на подвесной скамеечке* (убожество). Здесь «умаление значимости превращается в принижение и унижение, что в свою очередь оборачивается отстранением и отчуждением» [там же, с. 122];

4) детализирующая лексика дискредитирующей семантики; указывает на негативные черты характера: *...за любимыми заношенными тапками вождя, в спешке забытыми во время одной из поездок на Кавказ, запросто могли сгонять самолет* (самодурство); *а вот споить соратников и гостей было его любимой забавой* (самодурство, жестокость); *был там и американский винчестер. Именно из него Сталин чаще всего палил по воронам, чьи крики мешали ему работать* (жестокость); *с его подачи был заведен обычай: проигравшие* [в бильярд. — *В.С.*] *лезут под стол* (садизм);

5) злая ирония: социальные обозначения дореволюционной, царской России употреблены по отношению к партийно-советскому руководителю: *поместье Сталина, советская знать, советский самодержец*;

6) Хвалебные номинации, которые со времен разоблачения культа личности не приняты в СМИ: *отец народов, вождь* — несобственно-авторская речь. Оценочность существительного *вождь* в постперестроечных СМИ переосмыслена и употребляется с коннотацией насмешливости и даже издевки. И в очерке вкрапления чужой речи опосредованно отражают авторское язвительное отношение и опосредованно же указывают на качества характера (непомерное тщеславие, самолюбование);

7) номинация *Хозяин* — обозначение, принятое в криминальных сферах (преступность действий);

8) *диктатор, тиран* — негативная точка зрения автора статьи.

5. Насыщение текста лексикой элитивной семантики, во-первых, создает эффект гиперболичности (это одна из стилеобразующих черт мифа). Во-вторых, оно подавляет реци-

пиента, особенно при ограниченности его предзнания и лишает его возможности критически оценивать информацию (фидеистичность, то есть примат веры над разумом, — один из системообразующих признаков политического дискурса [там же, с. 55]. С помощью лексики элятивной семантики чаще всего строятся мифы, героизирующие того, кто делается объектом мифологизации. Типичный пример — радиограмма, посланная Сталину советскими летчиками М.В. Водопьяновым, И.Д. Папаниным, О.Ю. Шмидтом и другими, когда они совершили посадку в районе Северного полюса 25 мая 1937 года (публикация «Новой газеты»):

«С *непередаваемыми радостью и гордостью* выслушали мы слова приветствия руководителей партии и правительства... Это советский период исследования и освоения Арктики, это тот период, когда *вы лично*, товарищ Сталин, выдвинули задачу освоения Севера, когда *вы лично указали* план и средства и тем *неизменно* продолжаете поддерживать полярников руководством и вниманием. *Нет большего счастья, чем* быть в своей области исполнителем ваших великих идей, *нет большей радости и гордости, чем* получить ваше одобрение, *наш дорогой вождь и учитель*»[9].

Выделенные в тексте слова, а также дважды акцентирующее *«вы лично»,* создают свойственный мифу гиперболический эффект («одним из важнейших лингвистических механизмов мифообразования... является гиперболизация» [там же, с. 135]). Пример показателен еще в одном отношении. Аффективность выражения, гипнотически действующая на сознание воспринимающего, способна легко изменить смысл обозначенного и переставить акценты. Подвиг совершен покорителями Севера, а лексика предельной семантики называет Сталина. Получается, что покорение Северного полюса — личный подвиг Сталина. Аффективность языковых средств отодвигает реальность, фальсифицирует ее.

6. Еще один способ фиксации мифа — многократное повторение в одном и том же или разных, но параллельно создаваемых текстах одних и тех же вербальных единиц, представляющих собой «смысловые сгустки» мифа (коммуникативный результат — суггестивность восприятия).

Так, в публикациях СМИ, сообщающих о смерти Б.Н. Ельцина (четыре года назад), и в недавних выступлениях, акциях (конец января — начало февраля 2011 года), связанных с празднованием его 80-летия, акцентированно употреблялось прилагательное «*первый*»: «Умер Борис Николаевич Ельцин — *первый* президент России» (Газета, 24.04.08); «Прощание с *первым* президентом России пройдет в Храме Христа Спасителя» (там же); «*Первый* президент

[9] *Меленберг А.* Бульонные кубики им. тов. Сталина // Новая газета. 2007. № 19.

России уходит в вечность» (Аргументы недели, 2007, № 17, 26.04—07.05); «Уральский государственный университет имени *первого* президента России» (название); «Концерт, посвященный 80-летию со дня рождения *первого* президента России. Сегодня — на канале Россия» (ТВ-Россия-1, 01.02.11); «В Екатеринбурге открывается памятник *первому* президенту России Борису Ельцину» (радио Вести-FM, 01.02.11); «Борис Ельцин. *Первый*» (название документального фильма — ТВ, Первый канал, 01.02.11) и т.п.

Первый в вербально-ассоциативной сети русской лексики связано причинно-следственными отношениями с представлениями: *а)* ‘первооткрыватель’, ‘первопроходец’, а потому: ‘наиболее трудный’, ‘самый опасный’ (см.: ‘первый полет человека в космос’; *б)* ‘достойный наибольшего уважения’. Кроме того, семантическая близость с *первый* в значении ‘лучший’ (в спорте — *первое место* — у лучших спортсменов) наделяет порядковое прилагательное дополнительными положительнооценочными коннотациями. На фоне широко представленных в этих же текстах других позитивнооценочных характеристик, в первую очередь — лексики элятивного значения (*великий сын своей страны; большой реформатор; многократно талантливый; базовые фундаментальные принципы нынешней политики, заложенные еще Ельциным; его величие останется в истории России* и т.п. — Газета, 24.04.07) словосочетание *первый президент России* обретает патетическое, торжественное звучание и становится одним из вербальных конструктов мифа.

7. Слова-фетиши и слова-жупелы — это по-прежнему средства гипнотизации массового сознания. Это также вербальные конструкты мифа.

Фетиш — «то, что является предметом слепого поклонения»[10]. В рецептивном плане фетишизированной лексикой следует считать слова, которые вызывают в людях безусловное доверие. Доверие — результат длительного функционирования слова в данном лингвокультурном сообществе в качестве обозначения какого-то высокого, идеального или идеализированного понятия. Например, слово *свобода*. Оно входит в круг основных концептов русского сознания и связано со многими героическими страницами истории нашей страны. Фети́шем слово становится тогда, когда оно оказывается оторванным от ситуации, им обозначенной, и утрачивает связь с реальным денотатом. От слова остается его внешняя — звуковая — оболочка и представление (сигнификат). Так слова входят в круг средств политической демагогии. Е.И. Шейгал называет это «фантомностью» политического дискурса [Шейгал, 2004, с. 53].

[10] Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С.А. Кузнецова. СПб.: Норинт, 2001. С. 1420.

Жупел — «нечто, внушающее страх, отвращение; пугало»[11]. И далее: «первоначально — горящая сера или смола уготованная в аду грешникам»[12].

Жупелами могут стать обозначения: *а)* того, что вызывает всеобщий страх: *тоталитаризм, авторитаризм, тюрьмы* и т.д.; *б)* того, что вызывает всеобщую ненависть (как сейчас: *спецсигналы* и *спецномера* на машинах госслужащих. См.: «*Человек с мигалкой хуже обезьяны с гранатой*» (плакат, выставленный обществом «Синие ведерки» во время пикета на Украинском бульваре. — Радио СИТИ FM, 29.01.11).

Использование слов этих двух групп имеет двоякий коммуникативный результат.

1. Эмоциональная насыщенность речи повышается: то, что названо, например *авторитаризм, режим, тюрьма*, обычно связано с предельным проявлением какого-либо признака — гиперболизм, присущий мифу;

2. Реакция реципиента спонтанна (срабатывает архетип) и аффективна (названо то, что вызывает наиболее сильные чувства).

И слова-жупелы, и фетишизированная лексика легко становятся средством создания мифа. Мифологизируется то лицо, в семантическое пространство которого включается слово-фети́ш, или же лицо, вступающее в борьбу с тем, что названо жупелом. Так, миф о Ельцине-демократе в конце 80-х годов рождался с помощью неизменно фетишизируемого в российской ментальности *борьба* (*борьба за, борьба с/против*) и актуальных тогда слов-жупелов: *привилегии, партийная номенклатура, административно-командная система, КГБ* и некоторых других. И словосочетания *борьба с партноменклатурой, борьба с привилегиями* стали ключевыми вербальными конструктами в формировании мифа, который помог Ельцину стать во главе государства[13].

8. Сигнификативная сторона значения. Этнолингвокультуремы.

Современные исследователи говорят о существовании слов, которые, по высказыванию В.Г. Костомарова, «значат больше, чем они значат», то есть тех, «которые, наряду или даже вместо своего первоначального “предметного” значения, развили в своей семантической структуре некий особый “культурный” смысл» [Костомаров, 2005, с. 56]. Такие вербальные единицы обозначаются и трактуются с точки зрения сферы их применения по-разному.

[11] Там же. С. 208.
[12] Там же.
[13] См.: Профиль. 2009. № 14. С. 12—15.

В.Г. Костомаров, Е.М. Верещагин называют их логоэпистемами. Исследователи знаков политического дискурса выделяют «знаки-конденсаты», которые, помимо обозначения реалии, аккумулируют в себе комплекс историко-культурных и эмоциональных ассоциаций (*социальный прогресс, репрессии* и т.д.) [Шейгал, 2004, с. 106], слова-лозунги [там же]. Н.И. Формановская, применительно к имени собственному, употребляет термин «лингвокультурема», называя так известное имя, которое «само по себе оказывается достоянием культуры» и вбирает «национально-культурный компонент в комплекс элементов значения» [Фармановская, 2004, с. 48].

Мы использовали последний термин, дополнив его: этнолингвокультурема и расширив применение и на те нарицательные слова, которые в данном лингвосоциуме обрели символический смысл, стали суммарными знаками каких-то особо важных для данного лингвокультурного сообщества представлений. Таковы для российской ментальности, например: *мужик, баба, крепостной, разночинец, интеллигенция, двоевластие, коммунист, перестройка* и многое другое. Их лаконизм (в одном слове сконцентрирована информация о целом комплексе значимых в данном лингвоэтносе качеств), их предикативно-характеризующие возможности (способность характеризовать и давать оценку), актуализированные сильной позицией в тексте (название, заголовок; в предложении — предикат), помогают таким словам и укрупненно обозначить названное, и произвести его категоризацию (сигнификат не называет, а категоризует). То есть приближают их к мифу: миф есть один из специфических способов категоризации явлений в политическом дискурсе [Шейгал, 2004, с. 97, 113].

Так, в выступлениях в связи со смертью Б.Н. Ельцина несколько раз прозвучало: «*Он был мужик*». Эта же фраза была позднее, в 2010 году, употреблена в прощании с В.С. Черномырдиным. *Мужик* в российском общественном сознании в одном из значений — оценочный синоним к ‘настоящий мужчина’, то есть ‘внутренне сильный, волевой, крепкий, самостоятельный человек’ (ср.: «Русский мужик. Михаил Ульянов». Авторская программа С. Соловьева «Те, с которыми я...» — ТВ-Культура, 13.01.11). Не все мужчины подходят под это определение. Это этнолингвокультурема, вошедшая в набор других вербальных средств, конструировавших миф о Ельцине — реформаторе-первопроходце, основателе новой России.

Коммунист — идеологическая этнолингвокультурема советского вермени, которая в те годы сопрягалась с представлениями: ‘верность долгу’, ‘беззаветность и бескорыстность служения’, ‘мужество и бесстрашие’. И миф о коммунисте как идеальной героической личности в сознании послевоенного поколения в значительной степени сформировался под влиянием знаменитого фильма «Коммунист» с Евгением Урбанским в главной роли, где ставшее названием слово сконцентрировало в себе всю сущность мифа. (В разрушении этого мифа в начале 90-х годов участвовали в том числе и вербальные средства — десакрализующие дериваты-инвективы, *коммуняки*, например, и некоторые другие.)

«Адмиралъ» — название фильма режиссера Андрея Кравчука. Это существительное ассоциируется с представлениями о: а) героическом; б) возвышенно-романтическом (*море*). Оценочно-ассоциативные связи делают и сигнификат положительнооценочным. В названии фильма заявлено опровержение сложившегося в советские годы негативного мифа о Колчаке. *Адмирал* (то есть ‘бесстрашный воин’, ‘неизменный и мужественный командир’, ‘романтик’) — ключевое слово к новой интерпретации образа главного героя.

«Поп» — название художественного фильма Владимира Хотиненко. *Поп* — инвективная номинация с коннотацией пренебрежительности. Это презрительное обозначение, которое отражало отношение к священству, особенно распространившееся в советские годы. Вынесенное в название фильма, слово своей некорректностью производит шоковой эффект, стимулирует зрителя к полемике. Но этой полемикой и опровержением атеистического мифа становится весь фильм: смысл сюжета, диалогов, семантика и символика видеоряда. Кроме того, эмоциональное напряжение, необходимое для опровержения мифа, обеспечивается эффектом «обманутого ожидания»: чужая, несобственно-авторская речь воспринимается вначале как факт авторской речи и авторской оценки (столкновение разных «точек зрения» [Успенский, 1995, с. 9—10]).

* * *

Таковы, на наш взгляд основные вербальные конструкты мифотворчества, задействованные в отечественных СМИ первого десятилетия XXI века. Любопытно будет пронаблюдать, какие языковые средства будут привлекаться в предвыборной кампании 2011—2012 гг. И какие политические мифы будут с их помощью создаваться?

Принятые сокращения

АиФ — Аргументы и факты
загол. — заголовок
МК — Московский комсомолец
назв. — название
ТВ — телевидение, телевизионный

Список литературы

Колесов В.В. Русская ментальность в языке и тексте. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2007.

Костомаров В.Г. Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики. М.: Гардарики, 2005.

Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. М.: Гнозис, 2002.

Кулюгин А.И. Правители России. 3-е изд., испр. М.: Фирма СТД: Славянский дом книги, 2004.

Почепцов Г.Г. Имиджелогия. 4-е изд., испр. и доп. М.: Рефл-бук: Ваклер, 2004.

Соболева Н.А. Очерки истории русской символики. От тамги до символов государственного суверенитета. М.: Языки славянских культур, 2006.

Солганик Г.Я. Лексика газеты (функциональный аспект). М.: Высшая школа, 1981.

Успенский Б.А. Поэтика композиции // Успенский Б.А. Семиотика искусства. М.: Языки русской культуры, 1995.

Формановская Н.И. Контекст и выбор личного имени // Журналистика и культура русской речи. 2004. № 1.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004.

Поступила в редакцию
26.12.2011