

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального
образования
«Волгоградский государственный педагогический университет»

На правах рукописи

ИСТОМИНА АННА ЕВГЕНЬЕВНА

**ФЕЛЬЕТОН
КАК ЖАНР ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА**

Диссертация

на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

10.02.19 – теория языка

Научный руководитель –
доктор филологических наук,
профессор **Е.И. Шейгал**

Волгоград – 2008

Содержание

Введение	4
Глава 1. Жанровые характеристики политического фельетона	9
1.1. Политический фельетон в жанровом пространстве дискурса	9
1.1.1. Фельетон как жанр политического дискурса	9
1.1.2. Фельетон как жанр комического дискурса	14
1.1.3. Фельетон как жанр масс-медиального дискурса	27
1.2. Политический фельетон как жанр газетной публицистики	31
1.3. Типология политического фельетона	35
1.4. Жанрообразующие признаки политического фельетона	40
1.4.1. Характеристики политического фельетона с позиции коммуникативной стилистики	40
1.4.2. Характеристики политического фельетона с позиции функциональной стилистики	51
1.5. Специфика реализации текстовых категорий в политическом фельетоне	57
1.5.1. Категория информативности	59
1.5.2. Категория интертекстуальности	62
1.5.4. Категория выдвижения	69
Выводы к главе 1	77
Глава 2. Сатирическая картина мира политики в жанре политического фельетона	79
2.1. Понятие картины мира в современной лингвистике. Типы картин мира	79
2.2. Сатирическая картина мира как фрагмент смеховой картины мира	84
2.3. Когнитивно-информационные категории жанра «фельетон»	87
2.3.1. Категория «событие»	87
2.3.2. Категория «проблема»	89
2.3.3. Категория «концепция»	94
2.4. Механизм сатирической трансформации информации в жанре политического фельетона	95
2.4.1. Рекомбинация концептов	96

2.4.2. Карнавализация концептов	108
2.5. Структура и содержание сатирической картины мира в современном русском фельетоне	115
2.5.1. Концепт «виновник» в сатирической картине мира	117
2.5.2. Концепт «президент»	124
2.5.3. Концепт «власть»	133
2.5.4. Концепт «правительство»	137
2.5.5. Концепты политических партий	140
2.6. Характеристики сатирической картины мира в политическом фельетоне	150
Выводы к главе 2	161
Заключение	162
Литература	169

Введение

В последние десятилетия политический дискурс, его структура и функции, а также жанровое пространство стали объектом исследования многих отечественных и зарубежных лингвистов. Большое внимание в лингвистике уделяется семиотике организации политического дискурса.

Политический дискурс тесно связан с дискурсом массовой коммуникации, сатирические жанры которой (включая и фельетон) обладают особым воздействующим потенциалом. Под фельетоном традиционно понимается газетная или журнальная статья художественно-публицистического жанра, нацеленная на критику и сатирическое осмеяние общественно-политических пороков (Дедков (БСЭ 1978); Вакуров, Кохтеев, Солганик 1978; Виленский 1982; Журбина 1979).

Жанр фельетона получил достаточно глубокое освещение в журналистике и литературоведении, однако в лингвистике с позиций теории дискурса он до настоящего времени не рассматривался. **Актуальность** исследования обусловлена (1) социальной значимостью изучения различных аспектов интерпретации политических событий; (2) непреходящим интересом лингвистов к изучению механизма воздействия на массового адресата, в том числе посредством построения комических смыслов; (3) отсутствием специальных исследований, посвященных фельетону как феномену СМИ и жанру политического дискурса.

Объектом исследования является интерпретация политической реальности в смеховых жанрах политического дискурса.

Предметом исследования – политический фельетон как средство сатирической интерпретации политической реальности.

Целью исследования состоит в выявлении и описании жанровых характеристик политического фельетона.

Для достижения данной цели были поставлены следующие **задачи**:

- 1) установить конститутивные признаки жанра «политический фельетон»;
- 2) сопоставить фельетон с другими смеховыми жанрами политического дискурса и другими сатирическими жанрами газетной публицистики;
- 3) выявить особенности реализации текстовых категорий в политическом фельетоне;
- 4) определить основания типологии политического фельетона;

- 5) раскрыть специфику сатирической интерпретации политического события в политическом фельетоне и выявить механизмы трансформации новостного сообщения в фельетон;
- 6) рассмотреть сатирическую картину мира как результат интерпретации политической реальности в фельетоне, определить ее структуру и содержание;
- 7) установить основные характеристики сатирической картины мира в фельетоне.

В исследовании применялись следующие **методы**: гипотетико-дедуктивный, метод интроспекции, интерпретативный анализ, метод контекстуального анализа, описательный метод с его основными компонентами – наблюдением, сопоставлением и обобщением, метод анализа словарных дефиниций.

В ходе работы подтвердилась **гипотеза** о том, что жанр современного политического фельетона способствует становлению сатирической картины мира как специфического типа мировоззрения.

Данное исследование проводилось на **материале** 320 целых текстов газетных фельетонов, отобранных из региональных и федеральных изданий российской прессы разной идеологической направленности в период с 2002-го по 2007-ой год.

Новизна исследования заключается в описании жанра политического фельетона с позиции теории дискурса и лингвистики текста, установлении жанрообразующих признаков фельетона, выявлении механизма трансформации информационного сообщения в фельетоне, а также в определении специфики сатирической картины мира, порождаемой в результате данных трансформаций.

Теоретическая значимость диссертации состоит в дальнейшей разработке проблем теории политического и масс-медиального дискурса. Проведенное исследование вносит определенный вклад в лингвоконцептологию (уточнены лингвопрагматические параметры дискурсивного варьирования концептов) и жанроведение (предложен комплексный подход к анализу отдельного жанра с позиций коммуникативной стилистики, функциональной стилистики, лингвистики текста и теории дискурса).

Практическая ценность выполненного исследования состоит в возможности использования полученных результатов в вузовских курсах и спецкурсах по

языкознанию, лингвокультурологии, жанроведению, теории журналистики и политической лингвистике. Они могут также представлять интерес для специалистов по связям с общественностью и проведению агитационных кампаний.

Теоретической базой исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых в области:

- политической лингвистики (А.Н. Баранов, Р. Водак, Н.А. Купина, Дж.Лакофф, П.Б. Паршин, П. Серио, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал);

- лингвистики текста и теории дискурса (И.В. Арнольд, Т.Н. Астафурова, Л.Г. Бабенко, О.П. Воробьева, И.Р. Гальперин, Т.В. Дейк, В.И. Карасик, В.В. Красных, В.А. Кухаренко, М.Л. Макаров, З.Я. Тураева);

- жанроведения (М.М. Бахтин, В.В. Дементьев, М.Ю. Федосюк, Т.В. Шмелева);

- теории комического (Ю.Б. Бореев, М.Р. Желтухина, М.А. Кулинич, С.Н. Плотникова, В.Я. Пропп);

- теории речевого воздействия (А.Н. Баранов, Ю.М. Иванова, А.В. Олянич, Г.Г. Почепцов, И.А. Стернин, В.И. Шаховский);

- теории журналистики и массовой коммуникации (М.Э. Виленский, Е.И. Журбина, А.В. Олянич, Г.Г. Почепцов, Г.Я. Солганик, А.А. Тертычный);

- когнитивной лингвистики и лингвоконцептологии (Ю.Д. Апресян, С.Г. Воркачев, Д.Б. Гудков, В.И. Карасик, В.В. Красных, Е.С. Кубрякова, Э.Р. Лассан, В.А. Маслова, В.И. Постовалова, Б.А. Серебренников, Г.Г. Слышкин, Ю.С. Степанов).

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Политический фельетон находится на пересечении трех типов дискурса: а) по базовой интенции он является агональным жанром политического дискурса; б) по каналу общения он относится к дискурсу СМИ, воздействующая функция которого направлена на изменение ментальности социума; в) по способу воздействия – разоблачение через осмеяние – к комическому дискурсу, располагающему специфическим инвентарем средств реализации смеховой интенции.

2. Специфика базовых текстовых категорий в политическом фельетоне заключается в следующем: доминирование эксплицитно выраженной содержательно-концептуальной информации; недвусмысленно выраженная идеологическая позиция

автора; высокая интертекстуальная плотность текста. Концепция автора, как правило, находит отражение в заголовке фельетона и суммируется в заключительном блоке, образуя, таким образом, эксплицитную концептуальную рамку фельетона.

3. Конститутивные признаки жанра «фельетон»:

а) с позиций коммуникативной стилистики фельетон рассматривается как респонсивный жанр политического дискурса, основная интенция которого состоит в критике актуальных политических феноменов или политических оппонентов. Автор фельетона позиционирует себя как политический эксперт, в нем сочетается интеллектуальная, критикующая и остроумная дискурсивная личность. Обязательно наличие прямого адресата (народа) и двух типов косвенного адресата – политического оппонента (объекта критики) и адресата-наблюдателя (заинтересованного политика).

б) с позиций функциональной стилистики политический фельетон отличают оппозиционность, полемичность, агрессивность, сочетание признаков художественности и публицистичности, фокусировка на актуальной злободневной тематике.

4. Трансформация информации из новостного сообщения в жанр фельетона происходит путем рекомбинации и карнавализации дискурсообразующих концептов политического дискурса. Механизм рекомбинации включает процессы редукции, фокусировки, гиперболизации. Механизм карнавализации основан на реверсии ценностей, статуса и коммуникативной тональности.

5. Содержание сатирической картины мира складывается из концептов политического дискурса, прошедших когнитивную «обработку» и представленных в рекомбинированном и карнавализованном виде. Наиболее значимыми для сатирической картины мира современного русского фельетона являются концепты «президент», «власть», «правительство», «дума», концепты политических партий. В рамках каждого концепта актуализируются такие его составляющие, как образ субъекта политики, действия субъекта политики, результаты действий субъекта политики.

Особое место в содержательной структуре фельетона занимает концепт «виновник», что обусловлено его разоблачительной установкой: в фельетоне, как

правило, оказываются заполненными ключевые слоты фрейма «вина»: виновник, действия виновного, пострадавший, ущерб.

б. Сатирическая картина мира в фельетоне характеризуется следующими признаками: стереотипность, реалистичность, карнавальность, идеологизированность, гротескность.

Апробация работы. Основные положения диссертации обсуждались на теоретических аспирантских семинарах, заседаниях кафедры языкознания ВГПУ и научно-исследовательской лаборатории «Язык и личность» (2004 – 2008 гг.), внутривузовских конференциях профессорско-преподавательского состава ВГПУ (февраль 2006, 2007 гг.); X, XI региональных конференциях молодых исследователей Волгоградской области (Волгоград, ВГПУ, ноябрь 2005, 2006); научно-практической конференции «Антропологическая лингвистика» (Волгоградский социально-педагогический колледж, декабрь 2007 г.); межрегиональных научных чтениях, посвященных памяти проф. Р.К. Миньяр-Белоручева (Волгоград, ВГПУ, январь 2006 г.); Второй Международной научной конференции «Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире» (Волгоград, ВАГС, февраль 2008 г.), Второй Международной научной конференции «Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования» (Москва, МГУ, февраль 2008 г.). Основные результаты работы изложены в 8 публикациях, в том числе в 6 статьях и 2 тезисах докладов общим объемом 2,5 печатных листа.

Объём и структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, заключения, библиографии.

Глава 1. Жанровые характеристики политического фельетона

1.1. Политический фельетон в жанровом пространстве дискурса

1.1.1. Фельетон как жанр политического дискурса

Термин «жанр речи» получил широкое толкование в исследованиях различных ученых. Е.В. Гольдин справедливо отмечает, что «понятие жанр речи “втиснуто”, если можно так выразиться, между понятиями речевого акта, текстового типа, тональности общения и некоторыми другими» (Гольдин 1999:5).

Из существующих подходов к проблеме жанров подход, основанный на концепции М.М. Бахтина, получил в современной отечественной лингвистике наибольшее распространение. Речевой жанр у М.М.Бахтина включает в себя множество типов текста: от коротких реплик бытового общения до публицистических статей и литературных произведений, что обусловило рассмотрение некоторых речевых жанров (просьба, приказ) с позиции речевых актов (Бахтин, 1996). Введенный М.М. Бахтиным термин «речевой жанр» определяется им самим как «относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказывания» (Бахтин 1996:159). Термин «высказывание», наделенный рядом признаков, таких как «целенаправленность, целостность и завершенность, непосредственный контакт с действительностью и непосредственное же отношение к чужим высказываниям <...>, смысловая полноценность <...> и типичная воспроизводимая жанровая форма» (Дементьев 1997:109), приближается к понятию «текст», особенно применительно к признаку завершенности, который, как справедливо заметил М.Ю. Федосюк, присущ не столько высказыванию, сколько тексту. Соответственно пониматься речевой жанр с этой позиции будет как тематически, композиционно и стилистически устойчивый тип текста (Федосюк 1997).

Таким образом, речевой жанр – это тип текста, характеризующийся единством темы, стиля и композиции, где тема представляет собой предмет речи, коррелирующий с понятием замысла М.М. Бахтина, стиль – «модель, типическая форма» (Дементьев 1997:111) для реализации авторского стиля и концепции, и композиция – построение целого.

Общественное предназначение политического дискурса состоит в том, чтобы внушить адресатам – гражданам сообщества – необходимость «политически правильных» действий и/или оценок. Иначе говоря, цель политического дискурса – не описать (т.е. референция), а убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для убеждения и побудить к действию (Демьянков 2003). Целью политического дискурса является борьба за власть, включающая этапы агитации за власть, её захват и удержание (Водак 1997; Чудинов 2003; Шейгал 2004).

Фельетон с его ярко выраженной политической позицией, бесспорно, является агональным жанром – продуктом реакции определенных субъектов политического дискурса на те или иные события в политической жизни. В связи с этим представляет интерес определение места фельетона в ряду других агональных жанров и в жанровом пространстве политического дискурса в целом.

Исследователи сходятся во мнении, что политический дискурс представляет собой совокупность речевых актов и речевых произведений в определенном экстралингвистическом контексте – контексте политической деятельности, политических взглядов и убеждений, включая негативные её проявления (уклонение от политической деятельности, отсутствие политических убеждений и др.) (Герасименко 1998; Баранов 1991). А.Н.Баранов под политическим дискурсом понимает «совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом» (Баранов, Казакевич 1991:6). Вслед за Е.И. Шейгал мы будем понимать политический дискурс в широком плане, включая в него не только коммуникацию в рамках институциональных политических дискуссий и выступлений, но и обсуждение политических вопросов в художественном, публицистическом и бытовом контекстах (Шейгал 2004).

В последнее время исследователи отмечают тенденцию плотного сращения политического дискурса с дискурсом масс-медиа (Карпова 2007; Курдибановский 2005; Русакова, Максимов 2006; Шейгал 2004), что в некоторых случаях привело к минимизации политического действия, взамен созданной реальности, где существует выбор только между «добром» и «злом» (Воинова 2006).

Ряд исследователей рассматривают структуру политического дискурса с позиции взаимодействия дискурса-стимула и дискурса-реакции (Лассан 1995;

Плотникова 2005). С.А. Домышева рассматривает политический дискурс как иницирующий дискурс политика в контексте политической коммуникации, в то время как ответный дискурс социального адресата в рамках той же коммуникации понимается автором как «дискурс реагирования» (Домышева 2006). «Таким образом, дискурс реагирования также является политическим дискурсом, но в его маргинальном периферийном варианте, так как он чаще всего принадлежит не политику; это дискурс на политическую тему, он связан с политическим дискурсом (в подлинном смысле этого термина) тематически» (Домышева 2006:154).

Предлагая градацию соотношения между политическим дискурсом и дискурсом масс-медиа в различных жанрах как политической коммуникации в чистом виде, так и опосредованной СМИ, Е.И. Шейгал отмечает, что принадлежность к полю собственно политического дискурса обусловлена наименьшей опосредованностью деятельности политика средствами массовой информации. Центральное положение в поле политической коммуникации занимают политические документы, программы партий, листовки с изложением политических взглядов, публичная речь политика, представленная в жанрах обращений, посланий, дебатов и др. Несмотря на то, что трансляция данных сообщений осуществляется по каналам СМИ, интерпретативная функция масс-медиа в данном случае минимальна. На периферии политического дискурса распределяются жанры, в которых информационный регистр переключается на интерпретативно-оценочный. Периферию, граничащую с центром поля политической коммуникации, занимают жанры информационной заметки, интервью с политиком, далее, в порядке отдаления от поля, представлены жанры репортажа, передовой статьи, комментария, аналитической статьи, а также смеховые жанры – карикатуры, памфлета, фельетона (Шейгал 2004).

Применительно к политической коммуникации Е.И. Шейгал была предложена классификация разграничения жанров на первичные и вторичные, исходя из функциональной природы политического дискурса. Разграничение жанров на первичные и вторичные восходит к концепции, предложенной М.М. Бахтиным, согласно которой к первичным относят «жанры, сложившиеся в условиях непосредственного речевого общения», а к вторичным – жанры, возникшие «в

условиях более сложного и относительно высокоразвитого и организованного культурного общения» (Бахтин 1996: 161).

В политическом же дискурсе первичные жанры образуют «жанры институциональной коммуникации, составляющие основу собственно политической деятельности: речи, заявления, дебаты, переговоры, декреты, конституции, партийные программы, лозунги» (Шейгал 2004: 244 – 245).

Вторичные жанры, согласно данной концепции, носят респонсивный характер и представляют ответную реакцию на первичные жанры в виде комментирования, интерпретации, обсуждения и т.д. (Шейгал 2004). Таким образом, центральную позицию в полевой структуре политического дискурса занимают первичные жанры, в то время как для вторичных свойственно маргинальное положение на пересечении с другими видами дискурса. Вторичным жанрам политического дискурса свойственна цитатность, т.е. отсылка к первичному тексту, вследствие чего происходит преобразование первичного текста, связанное с их оценочным и критическим осмыслением (Шейгал 2004).

Из выделяемых Е.И. Шейгал характеристик политического дискурса мы выбрали те, которые наиболее значимы для описания жанра «фельетон» (Шейгал 2004):

1) институциональность, проявляемая в статусной ориентированности общения, двусторонности участников (агент – клиент), многоплановости и массовости адресата;

2) информативность, специфика которой находит отражение в варьировании по оси «информативность – экспрессивность» с преобладанием оценочности над информативностью (в зависимости от жанра, функции);

3) смысловая неопределенность возникает в силу как семантических (абстрактность, относительность и размытость семантических границ многих слов), так и прагматических причин, заставляющих участников политической коммуникации тяготеть не к снятию, а к сохранению неопределенности по ряду причин, таких как манипулятивность. Результатом смысловой неопределенности политического дискурса являются фантомность и иррациональность, приводящие к образованию политических мифов и мифологем;

4) опосредованность СМИ, вследствие чего журналист выступает не только транслятором, но и интерпретатором сообщения, сделанного политиком. Опосредованность политической коммуникации СМИ влечет за собой установление дистанции – общение политиков с народом становится возможным только посредством ретранслятора;

5) диалогичность политического дискурса в демократическом обществе подразумевает его полемичность, построенную на взаимодействии первичных и вторичных текстов и базирующуюся на принципах сотрудничества и конкуренции;

6) динамичность имеет место не только на уровне лексики, составляющей язык политики, но и на уровне картины мира (Шейгал 2004).

Глобальной функцией политического дискурса, объединяющей более частные, является борьба за власть (Водак 1997). Более детально функции политического дискурса были выделены Е.И. Шейгал (Шейгал 2004). Политический фельетон, занимая периферию жанрового поля политической коммуникации, выполняет определенный ряд её функций. Применительно к политическому фельетону они могут быть сформулированы следующим образом:

1) функция ориентации, заключающаяся в представлении образа политической ситуации и ситуации вообще, формулировании целей, обозначении проблем, в результате чего формируется смеховая картина мира политики, представленная в фельетоне;

2) агональная функция, проявляющаяся в обозначении проблемных зон политико-экономической ситуации, в выражении несогласия и протеста по отношению к действиям власти, тех или иных политических направлений;

3) функции солидарности и дифференциации, т.к. политический фельетон, с одной стороны, направлен на объединение отдельных групп путем апелляции к релевантным в данной группе идеологическим ценностям, с другой стороны, фельетон, ориентированный на определенный социальный круг, способствует отчуждению «своей» группы от идеологических противников.

1.1.2. Фельетон как жанр комического дискурса

По параметру тональности общения политический фельетон можно отнести к полю комического (юмористического) дискурса. А.В. Карасик определяет комический дискурс как «текст, погруженный в ситуацию смехового общения», для которой характерны: «1) коммуникативное намерение участников общения уйти от серьезного разговора; 2) юмористическая тональность общения, т.е. стремление сократить дистанцию и критически переосмыслить в мягкой форме актуальные концепты; 3) наличие определенных моделей смехового поведения, принятого в данной лингвокультуре» (Карасик 2001:105 – 106). Основным признаком комического (юмористического) дискурса является способность вызывать смех.

Существует немалое количество концепций комического, проанализировав которые Ю.Б. Борев выделяет три подхода к определению комического. Комическое рассматривается как а) объективное свойство предмета; б) результат субъективных способностей личности; в) результат взаимоотношений субъекта и объекта (Борев 2002).

Политический фельетон как жанр комического представляет собой третий, наиболее сложный тип комического – результат взаимоотношений субъекта и объекта. Конечно, и объективное свойство предмета, и субъективные способности личности будут играть роль в формировании смеховой реакции как результата комического, однако это будет выступать лишь факторами для реализации следствий взаимоотношений субъекта и объекта. Эти взаимоотношения представлены несоответствием поведения объекта идеалам и ожиданиям субъекта. Противоречие – одно из неперенных свойств комического (Борев 2002).

Ю.Б. Борев определяет комическое как «явление, заслуживающее эмоционально насыщенной эстетической критики (отрицающей или утверждающей), представляющей реальность в неожиданном свете, вскрывающей её внутренние противоречия и вызывающей в сознании воспринимающего активное противопоставление предмета эстетическим идеалам» (Борев 2002: 86 – 87). В.Я. Пропп понимает комическое следующим образом: «...мы смеёмся, когда в нашем сознании положительные начала человека заслоняются внезапным открытием скрытых недостатков, вдруг открывающихся сквозь оболочку внешних физических

данных» (Пропп 2002:144). Опираясь на такое понимание комического, можно выделить ряд основополагающих свойств комического: противоречивость, критичность, неожиданность.

Комическое представляет собой контраст, несоответствие действительности норме и идеалу. Это может быть противопоставление желаемого – действительному, реального – мифологичному, фантомному, прекрасного – безобразному, разумного – нелепому, сущности – форме, цели – средствам, лжи – истине, но чаще всего это контраст внутренней сути и образа. Ю.Б. Борев утверждает, и с ним можно согласиться, что одна часть такого рода противопоставлений всегда удивляет (что связано со свойством неожиданности), в то время как вторая – разочаровывает (Борев 2002). Политический фельетон даёт свою интерпретацию происходящих политических событий, основываясь на не всегда эксплицитно выраженном, однако всегда предполагаемом противопоставлении внешней формы тех или иных реальных событий и фактов их внутренней сущности.

(1) *«Но слава богу, есть проверенные методики. Например, у нас патриотизм идет по линии министерства обороны. Оно этот вопрос курирует вместе с министерством образования, и в промежутках между круглыми столами они на пару проводят заседания, на котором одобряют ход реализации программы»* (НГ. 2002. 26 февр.). Развитие патриотизма под ведомством министерств образования и обороны имеют поверхностный, показной характер: есть программы, есть цели и задачи, есть показатели, но нет самого главного – результата. Через этот контраст и разоблачение и осуществляется критическая оценка действительности.

Критическая основа комического – дать оценку и выявить недостатки – может стремиться и к разрушению образа, намерений, действий. Наличие критики – основное отличие, которое отделяет комическое от смешного, ведь «не все смешное комично, хотя комическое всегда смешно» (Борев 2002).

Существует множество видов смеха: радостный, добрый, душевный, гордый, иронический, саркастический, грустный, гневный, глупый, снисходительный, робкий, смущенный, заискивающий, презрительный, оскорбительный, наглый, бесстыдный, многозначительный, беспричинный, торжествующий (Юрнев 1981). В.Я. Пропп считает, что только смех насмешливый – основа комического (Пропп 2002:14), в чем с ним, вероятно, можно не совсем согласиться. Наряду со смехом насмешливым,

возможно, наиболее часто встречающимся, презрительный, иронический, саркастический, торжествующий виды смеха могут лечь в основу комического, особенно комического в политическом дискурсе. Комическую интенцию можно сформулировать как «сознательное целенаправленное стремление адресанта вызвать смех у адресата» (Желтухина 2003:357). На метаязыке комическую интенцию М.Р. Желтухина выражает следующим образом:

«Знай, что X (объект) – плохой или хороший, считай (мнение), что это плохо или хорошо, вообрази, что X – плохой или хороший, испытай чувство шуточной симпатии (юмор), неодобрения, иронии (ирония), пренебрежения (сатира), уничижения, презрения (сарказм) и смейся» (Желтухина 2000:37).

Вслед за М.Р. Желтухиной комическую интенцию политического фельетона сформулируем следующим образом:

«- вызвать смеховую реакцию, чтобы идеологически воздействовать на читателя;

- осуществить агитационное или пропагандистское действие по отношению к читателю (призывать, убеждать, внушать, вызывать какие-либо чувства, побуждать к действиям) и т.д.;

- дискредитировать объект в глазах читателя (обличать, критиковать)» (Желтухина 2003: 357).

Кроме этого в интенцию фельетониста, на наш взгляд, может входить намерение спровоцировать политический скандал, подвигнуть того или иного субъекта политики на изменение политического курса.

Очевидно, что комическая интенция направлена в первую очередь на воздействие на адресата. В этой связи М.Р. Желтухина справедливо заметила, что «воздейственным или суггестивным может быть речевой акт любой иллокутивной силы, если он сопровождается интенцией: воздействовать на психику, чувства, волю и разум человека и снизить степень сознательности, аналитичности и критичности при восприятии внушаемой информации; ввести в состояние транса и внушить что-либо, побудить к определенным действиям. Это подтверждает возможность наложения воздейственного/суггестивного речевого акта и комического речевого акта, реализуемого с использованием тропов, друг на друга» (Желтухина 2003: 357).

Ведущей интенцией политического фельетона является интенция воздействия (регулятивная функция), в то время как комическая интенция выполняет роль сопутствующей, так как связана с использованием специфических средств воздействия.

Смеховая реакция как результат реализации комической интенции заключается в восприятии комической интенции адресанта (Желтухина 2000).

Рассматривая смех насмешливый, который, в отличие от смеха доброго, злого или циничного, жизнерадостного и обрядового, есть смеховая реакция на комическую интенцию и вызван изобличением недостатков, В. Я. Пропп разграничивает два вида комического:

1) комизм в результате сопоставления внутренних качеств человека с внешними формами их проявления;

2) комизм, раскрывающийся при сопоставлении внутренних качеств человека с предметами из окружающей среды.

Анализируя первый вид комического, основанный на сопоставлении внутренних качеств человека с внешней формой их проявления, В.Я. Пропп подразумевает, что внешней формой проявления может являться физическое существо человека, иными словами, его внешний облик, черты лица. Внешняя черта, будучи преувеличенной, как будто бы определяет внутреннюю сущность человека, раскрывает его характер, намерения. Если перенестись с человека на человеческую деятельность, то и в этом случае внутренний смысл и значение деятельности будут заслонены внешней формой её проявления, физическим началом.

Данная категория комического может иметь место при сопоставлении и сравнении, представляя собой так называемый «комизм сходства» (Пропп 2002:38). Сходство может быть обнаружено между двумя людьми или видами их деятельности. Говоря о внешнем сходстве двух людей, о сходстве их рода деятельности, жизненных ситуаций, безусловно, предполагается внутреннее сходство. Полное же сходство будет говорить об отсутствии индивидуальности.

В противовес комизму сходства В.Я. Проппом выделяется комизм отличий, при котором «всякая особенность или странность, выделяющая человека из окружающей его среды, может сделать его смешным» (Пропп 2002:41). Необычность облика, поведения, физическое отличие человека от общепринятых стандартов и норм,

идеалов и представлений может вызывать комический эффект, однако при условии, что это преувеличение не примет характер чего-то отталкивающего и безобразного.

Второй вид комического, основанный на сопоставлении внутреннего качества человека с предметом из окружающего мира, может выражаться через сравнение человека с животным, вещью или с внешним проявлением его деятельности (Пропп 2002).

Сравнение человека с животным не обязательно должно строиться на выявлении сходства внешнего, но сходство может быть и внутренним. Комический эффект достигается и путем сравнения человека с вещью, растением, природным явлением. Все сравнения служат средством вскрытия внутренней сущности человека через привнесение в его характеристику или описание его деятельности черты, свойственной предмету сравнения. Изображая человеческую деятельность, профессию только через внешние её проявления, происходит обесмысливание её содержания (Там же).

Согласно В.Я. Проппу, оба вида комизма основываются на пародировании или преувеличении какой-либо черты или характеристики.

По мнению В.Я. Проппа, комизм может существовать и проявляться в определенном ряде ситуаций: ситуации посрамления воли, ситуации одурачивания, ситуации посрамления ума (алогизма), ситуации лжи. Под ситуацией посрамления воли подразумевается такая ситуация, при которой человек, имеющий определенные намерения, сталкивается с неожиданным препятствием, нарушающим его планы, что вскрывает некоторую некомпетентность или неполноценность человека. Посрамление ума – разоблачение глупости и неумения устанавливать причинно-следственные связи (Там же).

Для характеристики жанра политического фельетона важно учитывать разграничения основных видов комического, к которым традиционно относят юмор, иронию, сатиру и сарказм, разграничивая их по степени критичности. М.Р. Желтухина выделяет следующие критерии дифференциации различных видов комического: 1. Эстетические: а) объект комического, б) соотношение комического объекта с идеалом. 2. Социальные: а) степень злободневности, б) степень критичности. 3. Биопсихологические: а) степень эмоциональной насыщенности, б) интенсивность выражения эмоций, в) характер выражаемых эмоций, г) степень

агрессивности. 4. Лингвистические: 1) лингвокогнитивные: а) степень интеллектуальности, б) характер оценочного знака, в) степень негативности; 2) лингвопрагматические: а) степень понимания адресатом комического, б) перлокутивный эффект, в) характер выражения оценки; 3) собственно лингвистические: а) степень контраста планов выражения и содержания, б) преобладающие лингвистические средства (Желтухина 2000: 9 – 10).

Юмор как разновидность комического определяется М.Р. Желтухиной как смех ума, при этом степень интеллектуальности юмора по сравнению с другими видами комического отмечается этим автором как высокая. Объектом юмора являются отдельные недостатки, которые смешны, но легко преодолеваются, или относительно терпимы. Юмор высмеивает то, что отличается низкой степенью злободневности и критичности, вызывает у адресата лишь добрую улыбку, легкую насмешку, дружеский, беззлобный, веселый смех, сочувствие (Салыгина 1992), симпатию к объекту критики (Желтухина 2000).

Таким образом, под юмором, вслед за М.Р. Желтухиной мы будем понимать «вид комического, выражающий мягкое отношение к объекту осмеяния (к недостаткам жизненных явлений, поведению людей), сочетающее внешне комическую трактовку с внутренней серьезностью, способное вызвать лишь незлобивую улыбку и легкий насмешливый, веселый смех» (Желтухина 2000:49).

В отличие от других видов комического юмор раскрывает гуманистическое начало человека, призывает не к уничтожению явления, а к его совершенствованию. Юмор отражает положительную оценку окружающей действительности, хорошее отношение к ней, передает ее преимущественно эксплицитно. М.Р. Желтухина характеризует юмор средней степенью эмоциональной насыщенности, средней интенсивностью выражения эмоций и низкой степенью агрессивности и средней степенью понимания адресатом в силу преобладающей эксплицитности его выражения, а также в зависимости от индивидуальных характеристик адресата, от наличия у него чувства юмора. Исследователь отмечает, что юмор опирается на серьезность, симпатию, любовь и большую свободу духа (Желтухина 2000:50).

В отличие от юмора **ирония**, проявляясь в усмешке, ухмылке, язвительном смехе, наказывает и карает. Чаще всего осуждение осуществляется через похвалу (Салыгина 1992). Главный объект иронии – это авторитет (человек, государство,

политическое течение и т.п.), утративший свое право им быть, заслуживающий разоблачения, противопоставляемый эстетическому идеалу. М.Р. Желтухина характеризует иронию высокой степенью эмоциональной насыщенности, разнообразным спектром выражаемых иронией эмоций и эмоциональных проявлений от добродушного дружеского подтрунивания, подшучивания, иронического замечания до насмешки, обнажающей нелепость происходящего, высокомерия и превосходства, недовольства и раздражения из-за неудовлетворенности окружающим миром (ЛСМ). Однако интенсивность выражения эмоций у иронии будет средняя, так как положительная форма создает сложности раскрытия отрицательного содержания. Она характеризуется очень высокой интеллектуальностью по сравнению с другими видами комического.

Ирония может быть выражением действительного превосходства или компенсации внутренней слабости и неуверенности (ФЭС). При этом степень понимания иронии адресатом фиксируется как средняя или низкая в зависимости от индивидуальных особенностей адресата, наличия или отсутствия у него чувства юмора. М.Р. Желтухина рассматривает иронию как «вид комического, реализующийся при употреблении слова, словосочетаний или предложений в смысле, обратном тому, который непосредственно в них выражен, с целью внесения критичности оценочной характеристики предмета или явления действительности» (Желтухина 2000: 223).

Аномальность иронии состоит в сочетании интенционального и игрового начал и обусловлена такими характеристиками, как парадоксальность, возникающая вследствие наложения традиционной и иронической картин мира, и двусмысленность, определяемая реализацией буквального и иронического смыслов (Палкевич 2003).

В основе иронии лежит принцип асимметрии, проявляющийся в «количественном рассогласовании между двумя онтологическими формами иронии: на единицу плана выражения в ироническом высказывании или тексте приходится как минимум две единицы плана содержания» (Палкевич 2003: 193), реализующиеся на уровне текста в целом, а также на уровне лексических и синтаксических средств.

Сатира традиционно трактуется как один из способов отражения действительности в литературе и искусстве, при помощи которого высмеиваются и

обличаются отрицательные общественные явления (БСЭ). Таким образом, предметом сатиры следует считать общественные пороки и негативные явления. Как вид комического сатира – беспощадное, уничтожающее переосмысление объекта изображения и критики, разрешающееся смехом (ЛЭС).

М.М. Бахтин определяет сатиру «как особое отношение творящего к изображаемой им действительности. Сатира есть образное отрицание современной действительности в различных её моментах, необходимо включающее в себя – в той или иной форме и с той или иной степенью конкретности и ясности – и положительный момент утверждения лучшей действительности» (Бахтин 1996: 35).

В России смеховая сатира начала появляться в XVII в. при Петре I, когда постепенно были сняты запреты на веселье и смех и наряду с маскарадами и смеховыми праздниками стали появляться сатирические повести, пародийные сказания. Вслед за тем стала развиваться и традиция русской сатирической журналистики (ЛЭТП). Уже В.И. Даль понимал сатиру как «сочиненье насмешливое, осмеяние слабости и порока» (ТЖСВЯ 2003:139). Сатира (лат. *satira* – блюдо, наполненное различными плодами, смесь) отрицает осмеиваемый предмет или явление действительности и противопоставляет ему находящийся вне данного объекта идеал. Сатира может рассматриваться как эмоционально насыщенная эстетическая форма критики и разоблачения существующих социально-общественных реалий, несущая в себе негативную их оценку. Сатира открыто выявляет субъективно-оценочную модальность и имеет отрицательный характер оценочного знака. Отличаясь прямолинейностью выражения эмоций, сатира передает комическую оценку преимущественно эксплицитно.

Мы согласны с М.Р. Желтухиной в понимании сатиры как «вида комического, объектом которого являются социальные пороки, имеющие широкую общественную значимость, нарушение нравов и норм морали» (Желтухина 2000: 50 – 53).

Сатире свойствен осуждающий тон по отношению к действительности, которую она интерпретирует. Сатира сочетается с неудовлетворенностью, отрицанием и сожалением, что находит отражение как в образе адресанта, так и в интерпретации действительности в сатирической картине мира. Ю.З. Козловски полагает, что «два момента характерны для сатиры: остроумие или юмор, основанные

на фантазии, на гротеске или абсурде, и объект нападения. Нападение без юмора, или чистое отрицание, является одной из границ сатиры» (Козловски www).

Политическая сатира зачастую строится на следующего рода противоречиях: идеал – действительность, поступок – здравый смысл, слово – дело, замысел – результат, должность – поведение, средства – цель, форма – содержание, претензии – реальные возможности.

(2) *«Подходим к ядру проблемы — к "умному" правительству.<...> Особенно хорош бывает Греф. Он похож на самозванного графа. И, кажется, именно он управляет в совете министров. Поведенчески Греф напоминает упертого большевика ленинского призыва — в части представлений о революционной целесообразности* (Завтра. 2005. 3 мая). В данном примере указывается сразу на два типа противоречий: должность – поведение и идеал – действительность.

В **сарказме** же главное – крайняя степень эмоционального отношения и выражения, высокий пафос отрицания, переходящий в негодование (ЛСМ), доходящий до границы с цинизмом, т. е. наглым, бесстыдным поведением и вызывающе-презрительным отношением к нормам общественной морали, нравственности, предполагающим абсолютную ценность собственного «Я». Характер выражения саркастической оценки преимущественно эксплицитный.

М.Р. Желтухина определяет сарказм как «ядовитую, злую насмешку, которая обличает явления, особо опасные по своим общественным последствиям» (Желтухина 2000: 54-55).

Итак, в журналистике и литературоведении фельетон традиционно относится к сатирическим жанрам (ЛЭС; Вакуров, Кохтев, Солганик 1978; Солганик 1997; Тертычный 2000), в качестве средств реализации сатирического осмеяния общественно-политических пороков автор фельетона обращается преимущественно к иронии (Надеин 1976; Вакуров 1981), в некоторых случаях – к юмору и сарказму. Эти положения мы принимаем за основу в дальнейшем анализе фельетона как жанра комического.

Поскольку фельетон относится к смеховым жанрам политического дискурса наряду с политическим анекдотом, политической частушкой, пародией, а также с креолизованными жанрами карикатуры и коллажа, мы сочли необходимым

рассмотреть жанр фельетона в сопоставлении с перечисленными смеховыми жанрами и определить его специфические признаки.

Частушка понимается как жанр русского словесно-музыкального народного творчества, короткая (обычно 4-строчная) песенка быстрого темпа исполнения. Генетически частушка связана с традиционными (преимущественно популярными) песнями (БСЭ). Частушке свойственны обращения к определённому лицу или слушателям, прямота высказывания, реалистичность, экспрессия (СЭС).

В качестве коммуникативной цели жанра частушки, как и в политическом фельетоне, выступает сатирическое осмеяние политических деятелей и событий (Артемова 2006). Адресатом политической частушки, как правило, является равный адресанту по статусу представитель народа. К параметрам общения, в рамках которого актуализируется жанр частушки, относят неформальность обстановки, близость дистанции общения, непосредственный контакт адресанта и адресата (Невинская 2006).

Сходство политической частушки и политического фельетона состоит в злободневности содержания и в объекте сатирической критики, направленной на власть. Однако если в политическом фельетоне объектом осмеяния может быть власть в целом, то в частушке власть воплощается в конкретных политических лидерах (Шейгал 2005). В политической частушке находят отражение большинство эпохальных событий. Язык частушек характеризуется простотой, а стилистическая сниженность частушки обеспечивает близость дистанции между адресатом и адресантом (Шейгал 2005). Политическая частушка возникает в период кризисов и глубоких изменений социально-политического состояния общества в связи с потребностью осознать происходящие перемены и свои умозаключения другим (Конт 2005). Общая тональность частушки отмечается как мажорная, жизнерадостная, оптимистичная (БСЭ; Шейгал 2005).

Анекдот понимается как «небольшой устный шуточный рассказ с неожиданной и остроумной концовкой» (БСЭ). Анекдот – широко распространенный речевой жанр русского языка советского и постсоветского периода. Современный анекдот представляет собой исключительно речевой (а не литературный) жанр. Коммуникативная цель рассказывания анекдота состоит в том, чтобы вызвать

смеховую реакцию слушателей, снять напряжение, перевести разговор в шутивное русло (Шмелева, Шмелев 2002).

А.В. Карасик обращает внимание на двуплановость анекдота, в основе которого лежит противопоставление действительности и вымысла (Карасик 2001). Анекдот «строится на абсурде, при этом некоторая ситуация выглядит совершенно нелепой, но не затрагивает смысложизненных ориентиров адресата» (Карасик 2001:75).

С языковой точки зрения, в тексте анекдота имеет место четкое разграничение трех языковых слоев: «метатекстовый» ввод и собственно текст анекдота, в котором выделяются два языковых слоя — текст «от автора» и речь персонажей анекдота. «Метатекстовый» ввод (*Кстати, знаете анекдот...?*) является важным, практически обязательным признаком рассказывания анекдота, отличающим данный речевой жанр, например, от речевого жанра шутки. Соответственно он может служить критерием, позволяющим отграничить рассказывание анекдота от смежных речевых жанров (Шмелева, Шмелев 1999, 2002).

В современном русском городском анекдоте используется относительно постоянный набор возможных персонажей (40 – 50 персонажей). Это представители некоторых народов и этнических категорий, герои фильмов, исторические лица, политические деятели, а также такие герои, как муж, жена, любовник, начальник, секретарша, профессор, аспирант(ка), студент(ы) и т.п. (Шмелева, Шмелев 2002). Набор персонажей анекдотов меняется с течением времени, постоянно появляются новые персонажи анекдотов, например Моника Левински, Бен Ладен, что обусловлено злободневностью и респонсивностью данного жанра. Политическому анекдоту свойственна направленность на власть, объектами анекдота являются политические деятели. М.Д. Невинская отмечает, что в целом политический анекдот относится к агональным жанрам (Невинская 2006). Политические анекдоты классифицируют по объекту осмеяния: 1) высмеивающие политиков, 2) высмеивающие определенную политическую партию, 3) какую-либо политическую идею, 4) высмеивающие менталитет, 5) особенности политического устройства, 6) дефицит продуктов, 7) катаклизмы или политические потрясения (Шмелева, Шмелев 1999, 2002). Схожую классификацию анекдотов по объекту осмеяния предлагает

А.В. Дмитриев, выделяя также анекдоты про социальные группы («новые русские») и анекдоты про символы (знамя, гимн) (Дмитриев 1998).

Характерной чертой анекдота является его способность вклиниваться в другие тексты, на анекдот могут ссылаться, используя различные виды текстовых реминисценций (Карасик 2001; Проскурина 2004). Отсылки к анекдотам имеют место и в политическом фельетоне:

(3) *«Только почему-то вспоминается старый анекдот про цыгана. Того, который свою лошадь приучал совсем без еды обходиться. И уже совсем было приучил, да она подохла не вовремя. Сорвала, так сказать, эксперимент, несознательная. Вот кабы наш народ не сорвал»* (СР. 2007. 21 июля). В приведенном примере фельетонист обращается к анекдоту, с тем чтобы указать на абсурдность, анекдотичность действий власти.

Карикатура (итал. caricatura, от caricare – нагружать, преувеличивать) – способ художественной типизации, использование средств шаржа и гротеска для критически целенаправленного, тенденциозного преувеличения и подчёркивания негативных сторон жизненных явлений или лиц. В широком смысле слова под карикатурой понимают всякое изображение, где сознательно создаётся комический эффект, соединяются реальное и фантастическое, преувеличиваются и заостряются характерные черты фигуры, лица, костюма, манеры поведения людей, изменяются соотношения их с окружающей средой, используются неожиданные сопоставления и уподобления. Карикатура в этом значении обладает широчайшим диапазоном тем и может быть сопоставлена с карнавальным действием, театральной буффонадой, литературным бурлеском и эпиграммой. В более узком смысле карикатура является особым жанром изобразительного искусства (как правило, графики; гораздо реже используются средства живописи и скульптуры), представляющим собой основную форму изобразительной сатиры с ясной идейной социально-критической направленностью (БСЭ).

С лингвистической точки зрения, карикатура представляет собой разновидность креолизованных текстов, представляющих собой «особый лингвовизуальный феномен, в котором невербальный (графический) компонент образует одно визуальное, структурное, смысловое и функционирующее целое» (Анисимова 1992: 71). Коммуникативная цель жанра карикатуры сходна с

коммуникативной целью жанра фельетон и состоит в осмеянии и сатирической критике актуальных политических событий и политических деятелей.

Разновидностью карикатуры является коллаж, определяемый как технический приём в изобразительном искусстве, наклеивание на какую-либо основу материалов, отличающихся от неё по цвету и фактуре. Коллажом также называется произведение, целиком выполненное этим приёмом. Коллаж применяется главным образом в графике ради большей эмоциональной остроты фактуры произведения, неожиданности сочетания разнородных материалов (БСЭ).

Е.А. Артемова обращает внимание на сходство политического коллажа и политической карикатуры по таким параметрам, как коммуникативная цель, тематика, адресат (Артемова 2006). Коллажу свойственны: монтаж рисунка, фрагментов фотографий и буквенного текста и обязательное наличие лиц (фигур), чьи фотографии берутся за основу произведения (Артемова 2006).

А.Е. Артемова отмечает, что общими чертами частушки, анекдота, пародии, карикатуры и коллажа являются: 1) «реактивный характер на навязываемую властями официальную интерпретацию политических событий» (Артемова 2006: 215); 2) развлекающий компонент; 3) отсылка к прецедентными феноменам; 4) обязательное наличие у адресата фоновых знаний (и не только политического характера), обеспечивающих адекватное понимание прецедентных феноменов; 5) десакрализация норм и ценностей, принятых в культуре (Там же).

Политический фельетон характеризуется всеми перечисленными параметрами, однако необходимо отметить, что в отличие от фольклорных жанров анекдота и частушки фельетон является авторским произведением. В основе анекдота или частушки не всегда лежит сатира, они могут носить шутливо-юмористический характер. Важной отличительной чертой жанра «фельетон» является выраженная агональная направленность, обеспечивающая полемичность жанра, а также аналитический характер обработки информации. Фельетонист анализирует определенное событие или политическую ситуацию, в рамках которой формулируется проблема, обозначаются общественно-политические пороки или недостатки, которые в тексте фельетона подвергаются критике и осмеянию. Важным представляется тот факт, что, создавая негативный образ субъектов власти,

фельетонист предполагает некий прототип политика или чиновника, которому не соответствуют реальные субъекты политики.

1.1.3. Фельетон как жанр масс-медиального дискурса

Рассматривая политический фельетон в рамках трех жанровых парадигм, мы определили, что, с одной стороны, политический фельетон относится к жанровому пространству институционального политического дискурса, по характеру тональности политический фельетон включается в комический дискурс. С другой стороны, по информационному каналу воздействия, фельетон является жанром масс-медиальной коммуникации.

М.Р. Желтухина определяет масс-медиальный дискурс как «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» (Желтухина 2003: 132).

В качестве особенности массово-информационного дискурса отмечают его опосредованный характер, заключающийся в создании дистанции между адресантом и адресатом – пространственной и/или временной (Шейгал 2004; Конецкая 1997; Олянич 2004).

А.В.Олянич рассматривает масс-медиальный дискурс в том же ключе, акцентируя внимание на перлокутивном эффекте. Массово-информационный дискурс трактуется им как «коммуникация прагматическая, как процесс направленной передачи информации, жестко ориентированный на получение адекватного эффекта» (Олянич 2004:59).

Общеизвестно, функциями СМИ являются информирование и воздействие.

Е.А. Воинова полагает, что в российской действительности не существует истинной двусторонней коммуникации, представляющей собой обмен символами и смыслами при равенстве означаемого и означающего (Воинова 2006), что в целом свидетельствует о минимизации роли информирующей функции и о преобладании воздействующей. Е.А. Воинова объясняет данную ситуацию рядом факторов:

«1) закрытостью для общества поля политики как поля принятия решений; 2) подчиненностью медиа политической составляющей <...>; 3) массовостью коммуникаций – во внешний радиус чаще всего выбрасываются только те факты и события, которые способны заинтересовать массовую аудиторию; 4) и наконец, биполярностью российского общества, в дихотомии которого мирно сосуществуют самые несопоставимые явления» (Воинова 2006:7). Исследователь уверен, что СМИ в данной ситуации становятся средством давления, поскольку предъявленная информация не является результатом обмена, а политическая коммуникация представлена набором фактов и мнений, выполняющих развлекательную функцию, однако не поднимающих реальных проблем (Там же).

В связи с этим В.П. Конецкая отмечает высокий воздействующий потенциал СМИ, заключающийся в способности актуализировать перед массовой аудиторией «самые разнообразные ситуации, которые получают либо положительную, либо отрицательную оценку, – люди принимают систему социальных норм поведения, этических и нравственных ценностей, которые желательны с точки зрения данного общества. В ряде случаев это приводит к “конверсии” взглядов на образ жизни и стиль поведения» (Конецкая 1997: 237). Средства массовой коммуникации намеренно или ненамеренно способствуют возникновению или развитию различных по форме или интенсивности изменений в обществе, а в некоторых случаях способны предотвратить возникающие изменения (Там же).

О преимущественно воздействующей функции СМИ говорит и Т.В. Дейк, указывая на идеологизированность СМИ, выражающих, как правило, интересы отдельных социальных групп, игнорируя при этом нужды и интересы других социальных групп. Воздействующая функция СМИ проявляется в стимулировании этнических, межнациональных и социальных конфликтов в политических целях (Т.Дijk www).

В идеальной действительности ведущей функцией СМИ является информирование, однако анализ теоретических положений, доказанных в лингвистике, показал, что в современном масс-медиальном дискурсе на первый план выходит воздействующая функция СМИ, информирование носит подчинительный характер и зависит от идеологических и прагматических установок СМИ.

Соответственно функциям дискурса масс-медиа жанры СМИ располагаются по шкале «информирование↔воздействие», исходя из коммуникативной цели конкретного жанра, что соотносится с традиционным в теории журналистики разделением жанров на информационные, аналитические и публицистические.

Обладая полевой структурой, массово-информационный дискурс имеет центр, где располагаются прототипные жанры, и периферию, которую составляют маргинальные жанры, отличающиеся неоднородной природой в силу своего расположения на стыке разных типов дискурса (Желтухина 2003).

Представляется, что прототипными жанрами масс-медиа коммуникации выступают жанры информативного регистра – новостные и информационные сообщения, поскольку в данных жанрах воздействующая функция находит минимальное выражение.

В данном исследовании нами проводится сопоставление жанров фельетона и новостного сообщения, соотносящихся с противоположными полюсами шкалы «информирование – воздействие».

Рассмотрим жанр информационного сообщения. Жанр газетного информационного сообщения понимается как речевое произведение небольшого объёма (35 – 40 слов), содержащее краткое сообщение оперативной информации общественно-политического, экономического, культурного характера. Основным содержательным свойством информационного сообщения является предельная сокращённость содержания, которое формируется вокруг опорных пунктов «кто, что, где, когда, почему» (Батурина 1994). Информационное сообщение отличается оперативностью подачи, фактической точностью, релевантностью (соответствием интересам аудитории) и «очищенностью информации от “шумов”» (дополнительных сведений, отвлекающих от смысла основной новости) (Ворошилов 2005:35). В журналистике выделяют два способа подачи новости: жесткий, когда представляется «голая» информация о событии, и мягкий, когда информация оживлена подробностями и деталями (Ворошилов 2005; Тертычный 2000). В нашем исследовании мы рассматривали оба типа новостных сообщений.

В качестве структурной особенности жанра выступают стандартность оформления текста и языковая экономия. Информационному сообщению свойствен прием «перевернутой пирамиды», когда в первую очередь представляется наиболее

значимый факт, а остальные располагаются по степени убывания значимости и интереса (Ворошилов 2005). Однако данная модель информационного сообщения крайне редко представлена в реальных текстах и находит свое отражение только в кратких заметках, являющихся, с точки зрения содержания, экстрактом новой информации. В исследовании Е.С. Батуриной были выделены варианты информационных сообщений по принципу доминирующей связи: для нарративного характерны доминирование связи временного следования, отражение динамической ситуации и подача фактов в их развитии и временной последовательности, включающие в себя информацию о происшествии, хронику, извещение, отчет. Дескриптивный тип информационного сообщения построен при доминировании соположительной связи, отражает статическую ситуацию, описывая качества и состояния объектов действительности, реализующейся в речевых жанрах регистрации факта, характеристики, справки, уведомления, объявления-предложения. В смешанном варианте жанра информационного сообщения наблюдается переплетение соположительной и нарративной связи (Батурина 1994). Информационному сообщению свойственны новизна и актуальность факта, а также оперативная его подача. Доминантной жанровой целеустановкой информационного сообщения является избирательное информирование, направленное на создание первого впечатления о событии (Марченко 2007).

Традиционно жанр фельетона относится к пространству публицистических жанров. В отличие от публицистических жанров в чистом виде (передовая статья, эссе, публицистический комментарий, научно-публицистическая, литературно-критическая статья и др.), в политическом фельетоне журналист обращается к образности (художественности) как обязательному средству выражения мысли. Помимо фельетона к художественной публицистике относят жанры пародии и памфлета. Сатирический комментарий соотносится с жанром фельетона по тональности, однако принадлежит к публицистическим жанрам в чистом виде.

1.2. Политический фельетон в ряду сатирических жанров газетной публицистики

Сатирическая заметка призвана информировать читателя в ироничной форме о том или ином отрицательном событии или явлении, тем самым выражая критическую оценку автора (Глебов 1976). Сатирическая заметка повествует об одном, не всегда социально значимом политическом явлении, её цель, в первую очередь, – информировать читателя о некоем событии в развлекательном ключе. Сатирической заметке свойственна сатира в сочетании с юмором, в ней содержится намек о социальной значимости явления, однако данная мысль не получает распространения.

Сатирический комментарий на политическую тему от других сатирических жанров отличается целевой установкой журналиста: высмеять тот или иной отдельный факт или явление, которое по каким-либо причинам привлекло его внимание (Тертычный 2000). Как и сатирическая заметка, сатирический комментарий фокусирует внимание читателя на одном конкретном событии, действии политика. Сатирический комментарий анализирует аспекты события, нередко давая его описания в хронологическом порядке и выражая отрицательную оценку многочисленным деталям, тем самым создавая эффект отрицательного целого. Безусловно, в сатирическом комментарии комментируемое событие может иметь общественно-социальную значимость, автор статьи ставит перед собой цель поднять и проанализировать проблему, что характерно для публицистических жанров в целом. Так же, как политический фельетон, сатирический комментарий представляет собой аналитико-публицистический жанр, однако важнейшей отличительной чертой фельетона является художественность (образность). Для сатирического комментария не характерны «эзопов язык» и иносказание, сатира в комментарии является по большей части средством создания комического эффекта.

Как вид сатирической литературы пародия представляет собой сатирическое произведение в прозе или стихах, имитирующее, высмеивающее какие-нибудь черты других литературных произведений. Обычно пародия строится на нарочитом несоответствии стилистических и тематических планов художественной формы (ЛЭС; БСЭ). Таким образом, сущностным признаком пародии является интертекстуальность (Проскурина 2004). По характеру комизма пародия может быть

юмористической или сатирической. Однако во всех случаях функцией пародии является разоблачение смехом. Основным средством пародии является доведенный до абсурда, комически обесмысленный стиль или недостаток некоего литературного произведения. Пародия строится на контрастности пародируемого и собственно пародийного стилей, в результате чего происходит комическое и сатирическое переосмысление некоего произведения искусства (ЛЭС; БСЭ; ССОН).

Пародия, основанная на подражании или имитации поведения людей, может отражать совершенно различные ситуации и явления. «Пародирование состоит в имитации внешних признаков любого жизненного явления» (Пропп 2002: 62). Цель пародии в данном случае состоит в «выпуклом» представлении внешних форм, перекрывающих внутреннее содержание. Ю.Б. Боров в своем понимании пародии акцентирует мысль о наличии комедийного преувеличения наряду с подражанием (Боров 2002). Данной позиции придерживаются исследователи в области журналистики, отмечая, что в пародии комический эффект достигается за счет преувеличения незначительных, но типичных черт определенной личности, посредством преуменьшения достижений, заострения внимания на недостатках с их последствиями. В пародии находят отражение намеки на реальные возможности и цели высмеиваемой личности (Тертычный 2000; Глебов 1976).

В политическом фельетоне сатирики используют элементы пародии как имитации первичного текста (как правило, прецедентные высказывания политиков или известных деятелей) с целью усиления комического эффекта. В качестве механизма сатиры особой популярностью у фельетонистов пользуется стилизация (пародирование стиля).

Второй тип пародии, высмеивающей поведение людей, также находит отражение в жанре фельетона.

Памфлет, по мнению исследователей в области журналистики, – явление довольно редкое на страницах сегодняшних изданий (Тертычный 2000; Кайда 2008). Отражая исключительно политическую тематику, памфлет понимается как «произведение резко обличительного характера, подвергающее объект резкой критике» (Тертычный 2000, Ткачев 1975). П.И. Ткачев склоняется к мнению, что помимо едкой критики автор памфлета «за что-то борется, к чему-то призывает, что-то противопоставляет отжившему». Ведущей коммуникативной целью жанра

«памфлет» является призыв к читателю занять определенную политическую позицию, принять некое политическое решение и т.п. Для памфлета характерен сарказм, обрушивающийся, как правило, на социально-комическое, которое и является предметом памфлета (Ткачев 1975; Журбина 1979).

Памфлет и сатирический комментарий в разных аспектах пересекаются с политическим фельетоном – они схожи по критической тональности, публицистической и аналитической направленности, обращению к сатире как виду комического. Однако основное различие жанров состоит в их коммуникативной цели. Сатирический комментарий направлен на анализ определенного события, явления типичного или разового. В фельетоне автор стремится уловить тенденцию, обнаружить связь анализируемого политического события с имеющимися место или грядущими политическими процессами. Фельетон, в отличие от сатирического комментария, обладает высокой степенью художественности, образности, используемой по большей части с целью обобщения и типизации. Художественность фельетона достигается высокой плотностью интертекстуальных включений, комических образов.

П.И. Ткачев, сопоставляя фельетон и памфлет, настаивает на мнении, что эти два жанра, несмотря на неоспоримые сходства, различаются по степени «глобальности» комического. Памфлет, согласно этой точке зрения, всегда социально-комичен, т.е. направлен на противоречия социального плана, в то время как фельетон – элементарно-комичен и не носит ярко выраженного социального характера (Ткачев 1975). Однако данная позиция П.И. Ткачева представляется весьма спорной. Современный фельетон, посвященный, как правило, политической тематике, всегда базируется на событиях многоплановых, имеющих социальную значимость. Фельетон рассматривает и интерпретирует социально значимое событие, опираясь на факты, приводимые в качестве доказательной базы, в отличие от сатирического комментария или заметки, где автор берет за основу несколько связанных между собой фактов и дает их комментарий. В фельетоне анализируются событие и факты, поднимается невидимая, на первый взгляд, проблема, обозначаются причины и возможные последствия события.

Таким образом, памфлет, так же как и фельетон, направлен против политического строя в целом, реже – против отдельных аспектов, партий,

правительства, посредством разоблачения конкретных представителей политических институтов. Однако для памфлета обязательно наличие призыва к адресату изменить существующий политический порядок. Памфлет характеризуется более резкой негативной направленностью, преимущественно установкой на отрицание, в то время как фельетон – на осмеяние и обличение. Следующее отличие фельетона от памфлета заключается в коммуникативной цели жанров: цель фельетона – осмеять и подвергнуть критическому анализу событие и его участников; цель памфлета видится И.П. Ткачевым в полном уничтожении противника (Ткачев 1975). Соответственно степень критичности и выбираемые журналистами средства будут разными. Фельетону свойственны ирония и сатира, лишь в редких случаях переходящие в сарказм, в то время как памфлет строится на едком сарказме.

В эпоху советской власти фельетон занимал особое место на страницах прессы. Изначально фельетон сформировался как оппозиционный жанр, направленный на обличение власти посредством иносказания и «эзопова» языка, избегая открытой критики. В период советской власти фельетон теряет ярко выраженную политическую окраску, которая уступает место акцентированию на морально-этических пороках общества. В советских фельетонах речь идет об абстрактных или конкретных бюрократах, чиновниках, бездельниках; в качестве «фельетонного» факта фигурируют прогулы на работе, бюрократизм начальства, пьянство, халтура, безответственность. Исключение составляют фельетоны, написанные на внешне-политическую тематику, в которых поднимаемая проблема действительно соответствовала статусу фельетона (ср.: проблема агрессии США, неоправданной войны во Вьетнаме, политики умолчания реальных фактов и др. в фельетонах Д.И. Заславского «*Филантропы с отмычкой*» 1963 г., «*Маргарита с бомбой*» 1957 г.).

Однако «положение коренным образом изменилось с распадом Советского Союза, ликвидацией тоталитарного языка и ростом тенденции либерализации во всем, в том числе и средствах массовой информации» (Лейчик 2008). Исследователи в области лингвистики и журналистики (Стернин 2006; Солганик 2008; Кайда 2008; Лейчик 2008) отмечают трансформацию публицистических жанров – размывание границ отдельных жанров, образование гибридных жанров (тенденция «эссеизации» жанров (Кайда 2008)), становление новых жанровых форм (колонки, версии, мнения,

заметки по поводу и т.д.), исчезновение памфлета, видоизменения фельетона и очерка.

Трудно не согласиться с мнением А.А. Тертычного, что сегодня фельетон утрачивает свои некогда ведущие позиции на полосах газет (Тертычный 2000). Однако это не говорит о снижении актуальности данного жанра и падении интереса к нему. Фельетон продолжает занимать особое место среди прочих жанров политической сатиры. Фельетон – особенный художественно-публицистический жанр (Вакуров, Кохтеев, Солганик 1978, Журбина 1979). Фельетон как жанр газетной или журнальной статьи на злободневную тему направлен на высмеивание и осуждение каких-либо недостатков и уродливых явлений (СРЯ), в основе которой лежит сатира как вид комического. М.Э. Виленский видит в фельетоне жанр, «вскрывающий комическую сущность отрицательных фактов и явлений действительности» (Виленский 1982: 13). По мнению исследователя, фельетон имеет «целью вызвать гневно-насмешливое отношение читателя к общественно-вредным фактам и явлениям и тем самым способствовать нравственному воспитанию общества» (Виленский 1982).

В современном политическом фельетоне в качестве объекта критики выступают политические деятели, внутривнутриполитическая обстановка, рассмотрение и принятие законопроекта, международные отношения. Проблема в современном политическом фельетоне представляет собой социально значимые и негативные общественно-политические явления и пороки, требующие общественного внимания и вмешательства. Критика пороков и недостатков не является безликой – авторы фельетонов, как правило, разоблачают конкретных виновников той или иной проблемы или негативной ситуации.

1.3. Типология политического фельетона

В результате анализа материала нам представилось возможным выделить следующие параметры, лежащие в основе типологии жанра «политический фельетон»: 1) характер модальности; 2) событийная ориентация; 3) характер проблемной фокусировки; 4) характер референта; 5) тематика события.

1. Типология фельетона по характеру модальности

По степени интенсивности оценки, выраженной в фельетоне, Э.В. Салыгина предложила разграничение фельетонов на: 1) острокритические, осуждающие и разоблачающие порочные явления, где положительная оценка практически полностью отсутствует; 2) умеренно критические, менее резкие и менее эмоциональные в выражении негативного отношения, сочетающие отрицательную и положительную оценки; 3) шутивно-критические, со сдержанной отрицательной оценкой на фоне положительной оценочной окраски (Салыгина 1992). Однако наш корпус примеров фельетонов за период 2002 – 2007 гг. показал возможность разграничения фельетонов на первые две группы – резко критичные и умеренно критичные. Тем не менее, необходимо отметить, что положительная оценка является крайне редким явлением, как правило, в случаях ироничной похвалы или в случаях, когда фельетонист противопоставляет критикуемый объект сторонникам политической идеологии. Третья группа, представленная в классификации Э.В. Салыгиной, не нашла отражения в нашем корпусе примеров. Фельетоны с доминирующей резко критической оценкой подразделяются, в свою очередь, на две подгруппы. Первую группу формируют издания, пропагандирующие левые идеологические взгляды, например «Завтра», «Советская Россия». В фельетонах данной подгруппы преобладают крайне негативные оценочные суждения, сниженная жаргонная лексика (*кремлевские воротилы, тусуются, крыша, план, нести ахинею*) и т.п. Общая тональность фельетонов данной группы резко негативная, саркастическая, в некоторых случаях близкая к истерической. В результате интерпретационной деятельности фельетониста политическая и экономическая ситуация в стране предстаёт в фельетонах как революционная, накаленная до предела: «*Народоборцы*» (Завтра. 2005. 16 нояб.), «*Костоломы*» (Завтра. 2005. 7 дек.), «*Примерка венгерки*» (Завтра 2007. 25 июля), «*На сопках Маньчжурии*» (Завтра. 2005. 10. авг.), «*Недоношенный рапорт*» (СР. 2007. 21 июля), «*План ну*» (СР. 2007. 8 дек.). Фельетоны данного типа нацелены на резкую критику посредством разоблачения и носят обличительный характер, по коммуникативной цели близки к памфлету.

Фельетоны второй подгруппы также характеризуются резко негативной оценочностью, однако от первой подгруппы отличаются более умеренной идеологической позицией и более спокойной тональностью «*О бедном... замолвите слово*» (ЕЖ. 2004. 4 окт.), «*Притон возврата*» (МК. 2007. 8 окт.).

Фельетоны, содержащие умеренно-критичную оценку, характеризуют общественно-политическую ситуацию как негативную, однако без гротескных преувеличений. Фельетонам данной группы свойственна сатира на грани с иронией, юмором: «*Апостольское занятие*» (Изв. 2007. 6 июля), «*Жизнь дороже реформ*» (Дзд. 2005. 5 февр.), «*Преемник из бутылки*» (НГ. 2007. 25 окт.), «*Десять путинских ударов*» (МН. 2007. 29 июня).

2. Типы фельетонов по событийной ориентации

По данному основанию выделяются два типа политического фельетона:

1) Фельетоны, в основе которых лежат конкретные факты и события действительности, ставшие предметом анализа фельетониста. Фельетоны данной группы более конкретны, иллюстративны, документальны, что является результатом апелляции к фактуальным данным. Например, в основе фельетона «*Власть – народу!*», опубликованного в «Московском комсомольце» (2005. 2 февр.), лежит событие реализации закона о монетизации льгот.

2) Фельетоны, в которых предметом анализа и критики выступает общественно-политическая или экономическая ситуация в целом. В данном случае фельетонист концентрируется на проблеме, в некоторых случаях – на способах её решения, однако в целом фельетон не представляет собой респонсивную реакцию на то или иное актуальное политическое событие. Фельетоны данного типа отличает более высокая степень обобщения и отвлеченности. К примеру, автор фельетона «*К открытию августовского сезона*» (Изв. 2007. 31 июля) опровергает бытующее в народе мнение о том, что август является особо опасным периодом, в котором случаются различные катаклизмы. Фельетон «*Непростая совокупность*», опубликованный в «Крокодиле» (2007. №1), так же как и предыдущий пример, не базируется на конкретном событии действительности, автор фокусируется на проблеме высокого процента необразованного населения страны. В нашем корпусе примеров количество фельетонов данного типа составляет чуть более 15%.

3. Типы политических фельетонов по характеру проблемной фокусировки

По данному параметру можно разграничить однофокусные и многофокусные фельетоны. В основе однофокусного фельетона лежит одно событие или проблема, которым посвящен текст статьи. Так, в фельетоне «*Недоношенный рапорт*» (СР. 2007. 21 июля) поднимается проблема демографического роста в стране, которая, с

одной стороны, преподносится министром М. Зурабовым как практически решенная, с другой – оказывается весьма актуальной и злободневной. Фельетонист разоблачает министра в подтасовке фактов, высмеивает политику правительства. В многофокусном фельетоне внимание автора сосредоточено на нескольких проблемах или событиях действительности. Например, в фельетоне «*Апостольское занятие*» (Изв. 2007. 6 июля) сатирик акцентирует внимание сразу на нескольких событиях: посещении Президента В.В. Путина США, визите Гуго Чавеса в Государственную Думу, собрании акционеров Роснефти, заявлении Б.А. Березовского ВВС о финансовой поддержке партии «Другая Россия». Перечисленные события объединяются в фельетоне проблемой театральности политики, безрезультатностью деятельности политических деятелей.

4. Типы фельетонов по характеру референта

В политическом фельетоне находит отражение как реальный, так и вымышленный референт. Как уже отмечалось выше, важной жанрообразующей характеристикой политического фельетона является художественность. Данная характеристика обеспечивает высокий уровень образности жанра, допускает наличие вымысла. М.Э. Виленский выделяет три уровня вымысла в фельетоне: «фактоид» – правдоподобный факт без преувеличения; «реалистический аттракцион» – жизнеспособный умеренно-смешно преувеличенный факт; «абсурдный аттракцион» – гротесковый вымысел, уродливое преувеличение (Виленский 1982). Типичным для современного политического фельетона является «реалистичный аттракцион», «фактоид» представляет собой явление довольно редкое. «Абсурдный аттракцион» занимает промежуточное положение в частотности употребления в тексте фельетонов, однако обеспечивает неотъемлемую характеристику смеховой картины мира политики – гротескность.

По характеру референта фельетоны подразделяются на 1) «реалистичные» фельетоны, т.е. статьи, не содержащие вымысла «*К родным корням*» (Завтра. 2007. 2 мая), «*Беспорочный*» (СР. 2007. 15 сент.) и 2) фельетоны, включающие в себя элементы вымысла. Например, в фельетоне «*Рапсовая нетерпимость*» (Крокодил. 2007. № 4) автор поднимает проблему ужесточения правил для въезжающих в страну жителей стран СНГ, в том числе о депортации граждан СНГ, нарушающих правила. Фельетон представляет собой развернутую метафору леса с его постоянными

обитателями, принимающими закон о депортации попугаев. Однако (4) *«поступило указание Главного егеря. Прения прекратить. Депортация попугаев отменяется. Европа нам этого не простит»*. Пока обитатели решали, что делать с попугаями и как распорядиться двумя вагонами семян сортового рапса, *«два вагона сортового рапсового семени склевали попугаи как одну копеечку!<...>И говорят, что все попугаи были сотрудниками ФСБ, и в Брянске у нас раскрыт заговор на почве рапсовой дискриминации...»*. В данном случае речь идет о фельетоне, практически полностью представляющем собой художественный вымысел. Апелляция к событиям реальной действительности носит косвенный характер посредством апелляции к прецедентным именам *Бэла Кржижановская, пламенный коммунист Василий наш Иванович Шандыбин*.

Фельетон *«Если б я был Ходорковским»* (ДзД. 2006. 9 февр.) содержит в себе элемент вымысла, нацеленный на критику правосудия в стране и равнодушия граждан. В гротескной фантазии на тему *«Если бы автор был на месте осужденного Ходорковского»*, сатирик (5) *«не стал бы подавать унылые апелляции, жалобы и цидульки в Гаагу, а устроил бы все шикарно. Во-первых, организовал бы побег: роскошнейший побег с подкопом, взрывом стены и прибывшим на подмогу истребителем с вертикальным взлетом. Затем удалился бы в тамбовские леса, где с отрядом товарищей останавливал бы проезжих чиновников областной администрации и нечистых на руку служащих РПЦ и раздавал бы отобранное обиженным крестьянам. Потом утопил бы какую-нибудь нерусскую княжну и, надев заячий тулупчик, объявил бы себя внебрачным внуком Сталина и двинул с крестьянами на Москву, пообещав им Рублевское шоссе на разграбление»*. В анализируемом фельетоне автор обращается к художественному вымыслу, с тем чтобы, с одной стороны, показать тщетность усилий М.Б. Ходорковского, пытающегося добиться апелляции. С другой стороны, автор отражает отношение граждан страны к процессу М.Б. Ходорковского, не проявляющих интереса к сложившейся ситуации.

5. Типы фельетонов по тематике анализируемого события

По данному критерию фельетоны подразделяются на статьи с тематикой 1) внутривнутриполитических событий и 2) внешнеполитических отношений. Первый тип фельетонов отражает политическую и социально-экономическую ситуацию внутри

страны, разоблачая и высмеивая политиков и чиновников. Второй тип фельетонов нацелен на анализ политической ситуации иностранных государств или на взаимоотношений России с иностранными государствами. Как правило, в фельетонах рассматриваются отношения с государствами, составляющими пространство бывшего СССР, и США, Великобританией и некоторыми другими странами Западной Европы. В фельетоне «*Как нам обустроить СССР*» (МН. 2007. 21 сент.) автор акцентирует агрессивную политику России по отношению к странам СНГ, которым грозят экономические ограничения в случаях политических разногласий. В фельетонной статье «*Сезон политической кухни*» (МН. 2007. 14 сент.), в которой анализируются взаимоотношения России и США, объектом сатирической критики является низкий авторитет России в глазах западных держав.

Предложенная типология фельетонов позволяет классифицировать анализируемый художественно-публицистический жанр, с тем чтобы выявить ряд специфических особенностей, характерных для того или иного конкретного типа.

1.4. Жанрообразующие признаки политического фельетона

1.4.1. Характеристики политического фельетона с позиции коммуникативной стилистики

В современной лингвистике текст рассматривается с позиций коммуникативного подхода как речевая единица воздействия, функционирующая в рамках коммуникативной ситуации и дискурса в целом, отражающая взаимодействие адресата и адресанта.

Несомненно, речевые жанры, понимаемые как устойчивые типы текстов, должны характеризоваться определенными признаками, необходимыми для отнесения текста к тому или иному типу. Вслед за Т.В. Шмелевой, мы будем определять речевые жанры тем, «кто, кому, зачем, о чем и как говорит, учитывая, что было и что потом будет в общении» (Шмелева 1998: 88). Ответы на поставленные вопросы и выделяют содержательные признаки речевого жанра – образ автора, образ адресата, коммуникативную цель жанра, событийное содержание, языковое воплощение, образ прошлого, образ будущего (Там же).

Коммуникативная цель жанра «политический фельетон» заключается в осмеянии, сатирической оценке и критике политической и социальной экономической ситуации в стране, общественно-политических процессов и событий, деятельности политических институтов и их представителей.

Образ автора подразумевает негативно-критическое отношение сатирика к политическим деятелям и их действиям, повлекшим анализируемые в фельетоне неблагоприятные политические и социально-экономические события.

Рассматривая образ автора политического фельетона, мы обратились к понятию дискурсивной личности, под которой понимается «языковая личность, порождающая определенный дискурс в виде непрерывно возобновляемого или законченного, фрагментарного или цельного, устного или письменного сообщения» (Плотникова 2005: 7). Неотъемлемой характеристикой дискурсивной личности является её дискурсивная компетенция, задающая соответствующий уровень умений личности в её когнитивно-дискурсивной деятельности. Дискурсивная личность производит сообщения с учетом адресата и несет ответственность за их содержание (Плотникова 2005). «Дискурсивная личность характеризуется, прежде всего, по своим целям, ценностям, коммуникативному статусу, исполняемой социальной и психологической ролью, избранными стратегиями общения. Отсюда вытекает множественность дискурсивных личностей у одного человека» (Там же).

Применительно к жанру политического скандала М.Ю. Кочкин выделил роли Обвинителя и Обвиняемого в качестве прототипных ролей для данного жанра (Кочкин 2003). Нам представляется возможным применить данную типологию к жанру политического фельетона, где роль Обвинителя выполняет журналист, а роль Обвиняемого отводится адресату-оппоненту. Роль сатирика-обвинителя предполагает доминирующую позицию эксперта, который обладает правом и достаточным авторитетом, чтобы анализировать ситуацию, выносить оценки, делать выводы и заключения.

Коммуникация между агентом и клиентом политического дискурса имеет следующие варианты: институт↔институт, представитель института↔представитель института, институт↔граждане, представитель института↔граждане, представитель института↔гражданин (Шейгал 2004). Пассивная функция адресата, а также невозможность участия в некоторых видах институциональной коммуникации

приводят к тому, что клиент политической коммуникации преимущественно выполняет роль адресата-наблюдателя за действиями агентов политического дискурса. В результате конвергенции политического и масс-медиального дискурсов отношения между политическими институтами и народом опосредованы СМИ, выполняющими роль медиатора (Курдибановский 2005; Гаврилов 2005; Шейгал 2004, 2006). В некоторых случаях журналисту отводится роль участника политического спектакля – «острого и захватывающего зрелища противоборства политических образов в медийном поле» (Гаврилов 2005:69). Деятельность журналиста в данной роли заключается в определении формы и содержания спектакля методом своего влияния на допуск в пространство СМИ, участия в политическом спектакле в качестве советника по различным вопросам, высказыванию прогноза относительно результатов тех или иных действий властей и будущего страны в целом (Там же).

Разграничивают роль СМИ как медиатора и как адресата-ретранслятора. Задача последнего состоит в получении сообщения и доведении его до реального адресата (Почепцов 1986). Медиатор, в отличие от ретранслятора, не обязательно является адресатом, которому передается сообщение от агента политической коммуникации для дальнейшего представления массовой аудитории. «Процесс “ретрансляции” у медиатора, как правило, сопровождается его собственным вкладом в коммуникацию» (Шейгал 2004: 59). В зависимости от степени собственного вклада выделяют следующие роли журналиста-медиатора. Минимальной интерпретации со стороны журналиста поддается сообщение ретранслятора. За ним, располагаясь соответственно увеличению доли собственного вклада и интерпретации, следуют рассказчик (передающий информацию в пересказе), конференсье (функции которого заключаются в представлении политика и темы его выступления), интервьюер (контролирующий ход коммуникации предоставляет слово политику, а выражает собственную позицию, формирует имидж политика), псевдокомментатор (представляющий в качестве собственной некую точку зрения определенных политических сил), комментатор (выполняющий роль самостоятельного агента политического дискурса, так как выражает и отстаивает собственную позицию на то или иное политическое явление, событие или деятельность субъектов политических институтов) (Шейгал 2006).

Жанр политического фельетона находится на стыке трех дискурсов и, соответственно, инкорпорирует атрибуты политического, масс-медиа и комического дискурсов. Таким образом, фельетонист, порождая три вида дискурсов, представляет собой институциональную дискурсивную личность, в которой сочетаются журналист (репрезентант дискурса СМИ), комментатор (чья роль приближается к агенту политической коммуникации), а также остроумная дискурсивная личность, порождающая комический дискурс. Фельетонист как дискурсивная личность реализует функции всех типов дискурса, которые он реализует. Генеративной функцией политического дискурса является борьба за власть, ведущей функцией дискурса масс-медиа выступает информирование и воздействие/ценностная ориентация, функция комического сводится к развлекательной и критической.

В рамках политического дискурса фельетонист выполняет разоблачительную и диагностическую функции. Разоблачительная функция журналиста является следствием агональной функции политического фельетона как жанра политического дискурса (Шейгал 2005). Как правило, в данном случае журналист отождествляет себя с адресатом, прибегая к стратегии оптимизации общения с адресатом, в результате чего система отношений «агент – клиент» трансформируется в модель «агрессор – жертва». Журналист и адресат в тексте фельетона занимают позицию «своих», разделяя идеологическую точку зрения, в то время как власти и её представителям достаётся роль «чужих». Позиция журналиста-разоблачителя предполагает статус превосходства над объектом разоблачения. Реализуя экспертную функцию (Там же), адресант в данной ситуации позиционирует себя в качестве эксперта, обладающего правом выносить оценочные суждения и выполнять разоблачительные действия на том основании, что превосходит окружающих степенью информированности и интеллектом.

В основе диагностической функции журналиста как дискурсивной личности лежит функция социальной ориентации. Фельетонист обращает внимание общественности на те или иные социальные, экономические и политические проблемы, которые вскрываются в результате аналитического и критического подходов к интерпретации событий действительности.

В рамках информирующей функции журналист выступает в качестве представителя институционального дискурса масс-медиа. Однако особенность фельетона состоит в его маргинальности как в поле политического дискурса, так и в поле масс-медиального дискурса, следовательно, информирование как основная функция СМИ отходит на второй план, уступая место интерпретации и воздействию, определяемая идеологическими установками журналиста. В результате функция информирования сменяется функцией конструирования реальности (Шейгал 2005), заключающейся в намеренной трансформации картины мира адресата.

Критикующая, высмеивающая и развлекающая функции фельетониста являются результатом порождения комического дискурса. Объект критики представляет собой социально-политическое зло, которое нуждается в немедленной коррекции.

Высмеивающая функция заключается в унижении и критике адресата-оппонента, вызвав смех у адресата-наблюдателя, т.е. читателя. Анализируя интенциональность адресанта-ироника, исследователь отмечает, что его проблема состоит в том, чтобы «высказать одну точку зрения под маской другой, отличной от нее, и быть правильно понятым» (Палкевич 2003:183). Аналогичным образом фельетонист, используя комические средства непрямой коммуникации, стремится подвергнуть оппонента критике.

Развлекающая функция фельетониста как дискурсивной личности состоит в том, чтобы привлечь адресата к прочтению статьи. Эстетическая функция заключается в доставлении удовольствия от прочтения, с тем чтобы, вызвав смеховую реакцию, читатель разделил идеологические позиции автора.

Доминирующей психологической установкой сатирика является стремление к выражению интеллектуального превосходства (Палкевич 2003). Эмоциональный настрой и позиция превосходства фельетониста находят отражение в специфическом подборе речевых актов, свойственных фельетону как жанру. Речевые акты упрека, осуждения, разочарования свидетельствуют о состоянии неудовлетворенности и озабоченности автора положением дел в стране. Образ сатирика как эксперта, выражающего неодобрение, обуславливается речевыми актами рекомендации, совета, прогноза (предсказания). Речевые акты разоблачения, обвинения, а также колкости и насмешки придают фельетонисту статус обвинителя.

Образ адресата предполагает установку на многопланового адресата, преимущественно на массового адресата при отсутствии мгновенной обратной связи, свойственной естественному общению. Адресат масс-медиакоммуникации характеризуется разнородностью, непостоянством и анонимностью. В качестве адресата газетного фельетона может выступать не только читатель-непрофессионал, но и журналисты конкурирующих изданий, политики, участники анализируемой ситуации. Представляется правомерным выделить прямого и косвенного адресата политического фельетона. К прямому адресату отнесем клиента политической коммуникации – народ, читателя того или иного издания, на страницах которого выступает фельетонист. Данный тип адресата является основным, поскольку рассматривается как потенциальный электорат, который сделает или не сделает выбор в пользу поддерживаемых или критикуемых фельетонистом политических сил.

В качестве косвенного адресата выступают власть, политические партии, правительство, конкретный политик (президент, министр, руководитель партии), иначе говоря – адресат-оппонент – агент политического института, с которым фельетонист вступает в полемику, критикует, высмеивает и обозначает виновником неких политических, социальных или экономических проблем.

В качестве адресата-оппонента могут выступать:

а) Любые представители власти в целом – собирательное понятие власти. В таком случае оппонент или не называется совсем, называется косвенно, или используются абстрактные номинации *они, власть, Кремль*:

(6) *«Сторонники строжайшей стерилизации нефтяных доходов прибегают к различным системам аргументации, потому что сказать напрямую: “всякое благоустройство связано с тратой денег, следственно разгоняет инфляцию и оттого не может быть терпимо” – они все же не в состоянии»* (Изв. 2007. 20 марта). В фельетоне *«Всякое строение есть благо»* сатирик противопоставляет власти в целом, которая, по его мнению, при высоких доходах в казну от продажи нефти все же экономит на финансировании социальных объектов, на строительстве и развитии инфраструктуры.

б) Конкретные институты власти – правительство, чиновничество, партии.

(7) *«Чиновники вздохнут свободно до следующего “наезда”. Не раньше чем через год. Сколько “напилят бабок” за это время!»* (Завтра. 2006. 17 мая).

в) Конкретные представители институтов власти, отдельные политики.

(8) *«Я обращаюсь конкретно к Немцову, Гайдару и КО. Господа хорошие! Когда танки Ельцина под рукоплескания нынешней публики из СПС расстреливали прямой наводкой парламент в 93-м году – это было торжество демократии?»* (СР. 2007. 8 дек.).

Помимо косвенного адресата-оппонента политического фельетона, представляется правомерным выделение адресата-наблюдателя, к которому относятся политики и чиновники, не являющиеся объектами критики статьи, однако проявляющие интерес к точке зрения фельетониста, а также читатели, не отождествляющие себя с потенциальным адресатом и не разделяющие позиции фельетониста.

Правильность восприятия адресатом текста обеспечивается коммуникативным фоном. «Концепция коммуникативного фона охватывает достаточно широкий круг явлений: от особенностей социокультурной реконструкции событий и диапазона интерпретации до категории идеологической модальности и понятия “метасообщение” в совокупности с факторами, обеспечивающими его восприятие» (Добросклонская 2004: 15). Подразумевается, что адресат обладает определенной фоновой информацией как о текущих политических событиях, так и событиях, имевших место ранее, политических деятелях, а также информацией общеобразовательного плана, включающей набор текстов, имен, исторических событий, фильмов и передач, позволяющих ему интерпретировать концептуальную информацию.

Событийное содержание представляет собой сообщение в виде комической интерпретации актуальных политических событий, освещаемых фельетонистом как неблагоприятные. Фельетон анализирует политическую ситуацию в целом, раскрывая её первопричины, а также предсказывая возможные последствия. Нередко описание ситуации принимает гротескные формы. Событие как информационно-когнитивная категория и одновременно структурный элемент фельетона претерпевает в данном жанре ряд изменений и подается в интерпретированном виде. Объектами сатиры в политическом фельетоне выступают, как правило, высокие должностные лица и власть в целом. Журналист, варьируя смысл информационного сообщения, создает

различные образы действительности, противопоставленной реальности и объединенной в смеховой картине мира политики, представленной в фельетоне.

Содержательную структуру фельетона составляют следующие вариативно-константные блоки:

- Формулирование и описание проблемы /конфликта:

(9) *«Действительно, в области печатных, и особенно электронных, СМИ завоевано в последние годы немало: начиная с НТВ – сплошные завоевания»* (НГ. 2004. 11 окт.).

- Обозначение объекта критики:

(10) *«Вряд ли можно найти в нынешней российской политике человека со столь ангельским ликом, как **Владимир Жириновский**. Как выгодно отличается он от остальных парламентариев – никогда голос ни на кого не повысит. Или чтобы кого-нибудь там прервать или оскорбить словом или делом – это ни-ни»* (СР. 2007. 1 сент.).

- Отсылка к определенному событию политической действительности:

11) *«И кто же усомнится в беспорочности этого ангельского создания? Презренные коммунисты, которые вспомнили **пируэты фракции ЛДПР в 1999 году**, при голосовании по отрешению от должности президента Ельцина»* (СР. 2007. 14 сент.).

- Ориентировка читателя путем обозначения собственной позиции:

(12) *«Для чего нам эти бесконечные сообщения о правительстве? Без объяснений ситуации в обществе, армии, на транспорте, в здравоохранении. Похоже, для того, чтобы продолжить бесконечную **“мыльную оперу”**, поставленную на ТВ»* (ЛГ. 2004. 3 сент.).

- Оценка объекта критики и его действий:

(13) *«Все таки беспардонно поступают временами в Кремле со своими **преданными слугами** (В.В. Жириновским. – А.И.). Верой и правдой столько лет служил, столько раз наизнанку выворачивался (попробуйте хоть раз – не получится, а он на думской трибуне в течение пяти минут может раза три вывернуться»* (СР. 2007. 1 сент.).

- Указание на виновного:

(14) *«Смотрите, как все было хорошо, когда готовилась операция «Наследник 2000». Все вы были вместе: Рушайло, Степашин, Березовский, Аксененко... и вы там были не первый. <...> А как только стали **вы** (В.В. Путин. – А.И.) – все под судом, в бегах, в тюрьме, в опале»* (МК. 2005.14 апр.).

- Развенчание мифа и создание нового мифа:

(15) *«Теперь **второй миф**. **Запад вам не указ?** Хе-хе! А вот поглядим. Во время предвыборной кампании, конечно, риторику можно и обострить. Да только **пока ВСЬ экономический процесс нынешнего режима завязан на Запад**. Туда мы продаём нефть и газ за американские доллары, там же храним свои валютные резервы — я уж промолчу про недвижимость, яхты, счета на чёрный день, учёбу детей и прочие “бранзулетки”. **Экономика России не самостоятельна и не самодостаточна**, наша финансовая система является на сегодняшний день второсортным филиалом Запада. Чтобы изменить такое положение, требуются годы — а пока даже такая задача не ставилась. **Нет и существенной военной мощи**. Может, было бы и правильно показывать зубы, да только зубов нет: старые выпали, а новые не выросли. **Уж восемь лет Путин наш президент — а зубов как не было, так и нет**. Щеки надуваются образцово-показательно, любо-дорого смотреть. А дальше весь пар уходит в свисток»* (СР. 2007. 8 дек.).

- Прогнозирование негативного результата деятельности объекта критики:

(16) *«В противном случае нам не избежать потрясений и революций»* (ДзД. 2005. 2 февр.).

- Запрос и требования к представителям власти способствовать тому или иному решению:

(17) *«Тогда, может, попробовать по-другому? **Прекратить мочилово, начать переговорный процесс, отпустить на волю народного ветра парламент, слезть наконец с прессы, перестать завинчивать гайки»*** (ЕЖ. 2004. 4 окт.).

- Предложение решения проблемы:

(18) *«Но не все безнадежно. **Выход есть**. Более ста лет одним из самых проникновенных русских мыслителей был дан окончательный ответ на роковой и извечный вопрос: что делать? “Как это что? — удивлялся наш отечественный*

Платон. – Если пришла зима, кататься на санках, если на дворе лето – собирать ягоды. А больше ничего не надо”» (ДзД. 2005. 12 апр.).

Вышеперечисленные блоки не являются обязательными константами отдельно взятого фельетона, а представляют собой набор элементов, характерных для жанра фельетона в целом.

Фактор коммуникативного прошлого и коммуникативного будущего. С этой позиции жанр политического фельетона, как и жанр политической карикатуры, письма в газету, аналитической статьи и др., является вторичным и представляет собой комментарий, содержащий субъективную точку зрения фельетониста на происходящие или имевшие место ранее политические события. В исследованиях, посвященных политическому нарративу, А.П. Чудинов и Е.И. Шейгал сходятся во мнении, что политический нарратив включает в себя совокупность политических текстов различных жанров, посвященных определенному политическому событию (Шейгал 2004; Чудинов 2002). Одной из особенностей политического нарратива является представленность широкого спектра участников политической борьбы и повествователей, многоплановость оценок (Шейгал 2004; Чудинов 2002). Как правило, политический фельетон занимает определенное место в структуре политического нарратива, жанры которого определяют коммуникативное прошлое и коммуникативное будущее жанра «фельетон». Политический фельетон никогда не является иницирующим жанром.

Фактор коммуникативного будущего предполагает, что политический фельетон после его прочтения способствует принятию адресатом определенного решения, формированию некой точки зрения, которые найдут свое отражение в жанрах бытовой беседы, ответного письма, обсуждения в политических кругах, радио- и теледискуссиях.

Воздействующая интенция в данном фрагменте публикации заключается в том, что журналист пытается убедить читателя путем сравнения негативных, по его мнению, действий нынешней власти с позитивными воспоминаниями о доперестроечном периоде принять решение не в пользу правящей власти. Предполагается, что читатель самостоятельно проведет параллели, сопоставляя и другие сферы политической и социальной жизни общества, что должно дискредитировать власть в глазах избирателя.

Языковое воплощение жанра выделяет его из ряда публицистики аналитического характера, т.к. фельетону свойствен весьма широкий спектр языковых и стилистических приемов воздействия, что обусловлено его принадлежностью к жанрам художественной публицистики.

При анализе материала было выделено три группы средств речевого воздействия, функционирующих в жанре политического фельетона: композиционные, смысломоделлирующие и лингвостилистические. Композиционные средства включают в себя определенное построение текста статьи для усиления эффекта других средств воздействия: выдвижение, наличие специфического заголовка (включающего подзаголовки), введения в проблему, заключения-резюме, а также графические средства и невербальные компоненты (фото автора, фото с места событий, карикатуру, коллаж). Композиционные средства функционируют на уровне формальной организации текста.

К смысломоделлирующим средствам относят семантико-идеологический аспект текста. Смысломоделлирующие средства интерпретируют объективную действительность, трансформируя информацию из серьезной тональности в комическую. Среди таких приемов можно выделить прием деформации явлений и характеров (комическое преувеличение и преуменьшение), прием иносказания (в «похвале» фельетонист иронично высмеивает отрицательное), прием комического несоответствия и комической неожиданности, прием разоблачения. Смысломоделлирующие средства состоят в иерархических отношениях с лингвостилистическими средствами, с помощью которых реализуются вышеперечисленные приемы. Смысломоделлирующие средства реализуются в рамках стратегии карнавализации системообразующих концептов с целью дискредитации оппонента, мифологизации героя, аргументированных доводов/неаргументированных утверждений.

К лингвостилистическим средствам относятся приемы на лексическом, синтаксическом, стилистическом уровнях: аллюзии, антитеза, гипербола, литота, метафора, сравнение и т.д.

1.4.2. Характеристики политического фельетона с позиции функциональной стилистики

Как уже отмечалось выше, жанр фельетона претерпел значительные изменения. Мы постарались определить основные черты современного жанра фельетона, позволяющие выделить его из жанрового пространства современной газетной публицистики, с позиции функциональной стилистики, рассматривающей текст на предмет употребления языка в зависимости от реализуемой функции (Клушина 2008).

Отличительная особенность современного фельетона – оппозиционность. В период советской власти в качестве объектов фельетона выступали нерадивые начальники, чиновники-бюрократы, бездельники и др.:

(19) *«Инженер Курского филиала Минского проектно-конструкторского технологического института А. Круковский, томимый хроническим бездельем, четким гротеском вывел на перекидном календаре: “С утра до обеда смотрел в окно, погода чудная...”»* (СР. 1986). Фельетон как жанр не содержал открытой критики власти, соответственно данный жанр не носил полемического и оппозиционного характера. Современный русский фельетон в большинстве случаев составляет оппозицию правящей власти, лидирующей партии, реже партиям, находящимся в оппозиции власти.

(20) *«Все это наводит на глубокие сомнения: да точно ли в Кремле засели силовики, как это нам без устали твердит прогрессивная общественность. Конечно, если понимать слово "силовик" как полный синоним слова "дуболом", как героя военных анекдотов, тогда, возможно, и засели – наблюдаемой реальности это не противоречит.<...>Загадка происходящего в том, что никакого оперативного мышления не наблюдается вовсе, так что если в Кремле и засели силовики, то в высшей степени неисправные»* (Изв. 2005. 18 янв.). В данном примере проявляется открытая оппозиция власти, критика непродуманных действий правительства.

Фельетон всегда посвящен актуальной злободневной тематике, что обусловлено респонсивным характером жанра и разоблачительной установкой, которая, в свою очередь, исходит из агональной функции политического дискурса. Апелляция к конкретным событиям и фактам, оперативность подачи информации в сочетании с актуальностью и злободневностью тематики обеспечивают

публицистичность жанра. Фельетон «*Как можно скорее уехать в отпуск*» (Изв. 2007. 26 июля) фокусируется на интервью британского посла, оказавшегося в центре всеобщего внимания, поскольку в нем прозвучало заявление:

(21) «*Мы не просим Россию нарушать собственную Конституцию, но предлагаем совместно найти возможность обойти это препятствие*» (ИНТЕРФАКС, www). Фельетонист, процитировав высказывание посла Э. Brentона, комментирует его следующим образом:

(22) «*Можно задаться вопросом, сколь понравилось бы не послу Brentону, разумеется, но некоторому абстрактному джентльмену, если бы другой джентльмен прилюдно заявил ему: “Поскольку твоя жена – известная шлюха, то пускай даст и мне, от неё не убудет”. Безотносительно тому, какова на самом деле добродетель жены, реагировать на такое публичное проявление ума и такта можно лишь единственным образом*». (Изв. 2007. 26 июля).

Разоблачительный характер фельетона отличает данный жанр от ряда смежных – сатирического комментария и заметки. Критика фельетониста нацелена на разоблачение общественных пороков, которые, по мнению сатирика, являются причиной или следствием каких-либо негативных событий, носящих общественный характер.

(23) «*...Зюганов, Максютя, Гребенников, Апарина – из кожи вон лезут, чтобы доказать, <...> что Сталинградская победа – дело рук “новых” и только “новых” товарищей* (ДзД. 2004. 18 нояб.). Приведенный пример содержит намек как на нечистоплотность и высокое материальное положение избранных народа (путем скрытого противопоставления «*новые*» товарищи – «*новые*» русские), а также несоответствие провозглашаемому идеалу коммунизма (*товарищ – коммунизм – равенство – «новые» товарищи*), так и на присвоение чужих заслуг.

Полемичность, понимаемая как ориентированность на спор в процессе обсуждения, в котором каждая из сторон отстаивает свое мнение и доказывает свою правоту, является важной характеристикой политического фельетона. В основе полемики лежит аргументированность. Принято считать, что более успешной представляется рациональная аргументация, апеллирующая к разуму и опыту адресата и отличающаяся строгой логикой построения рассуждения, обращением к фактическим данным (Кормилицына 2006; Михальская 1996).

Однако, как справедливо отмечает М.А. Кормилицына, аналитические статьи современной прессы чаще оперируют эмоциональными аргументами, апеллирующими к иррациональному сознанию адресата (Кормилицына 2006). По степени косвенности обозначения позиции адресанта и выражения критики выделяется полемика открытая и завуалированная. К средствам открытой полемики относят вопросно-ответное единство, имитирующее полемическое обсуждение, а также глаголы речевой деятельности (*возражать, протестовать, настаивать* и др.) и глаголы эмоционального отношения и состояния (*поражаться, удивляться, возмущаться*) (Там же).

С одной стороны, по характеру используемых средств политическому фельетону более свойственна завуалированная полемика с преобладанием способов не прямой коммуникации – аллюзий к прецедентным феноменам, риторических вопросов, метафор и сравнений, использования инвектив и сниженной лексики, иронии, намека, колкости, издевки и проч. (Дементьев 2006). С другой стороны, исходя из коммуникативной цели жанра, в фельетоне достаточно четко обозначена концептуальная позиция автора, в результате чего фельетон приобретает черты открытого типа полемики.

В основе политического фельетона лежит конфликт. Оппозиционность и разоблачительность политического фельетона, продиктованные целью политической коммуникации, способствуют формированию наступательного и враждебного характера жанра. Агрессивность политического фельетона исходит из необходимости журналиста максимально воздействовать на адресата, с тем чтобы побудить к принятию определенных решений, выгодных фельетонисту с идеологической точки зрения.

Речевая агрессия рассматривается как тип целенаправленного, мотивированного и преимущественно контролируемого речевого поведения, осуществляемого в рамках любого дискурса, с учетом функции агрессивного высказывания в контексте конкретного дискурса. Агрессивное общение независимо от типа коммуникации базируется на установках адресанта на коммуникативное доминирование и антидиалог, характеризующихся обязательным выражением негативного отношения либо к адресату, либо к предмету речи (Воронцова 2006).

Агрессия может быть представлена как в косвенных речевых актах, так и прямых. К прямой агрессии относят угрозу, инвективу, обвинение, проклятие, злопожелание. Косвенная агрессия отражена в насмешке, колкости, упреке, возмущении (Власова 2004).

Интенсивность воздействия агрессивных средств не является величиной постоянной, варьирование интенсивности зависит от ряда факторов: 1) от степени эмоциональности, экспрессивности и табуированности знака, а также 2) от степени косвенности знака, снижающей степень агрессивности (Шейгал 2004).

Е.И. Шейгал были рассмотрены средства вербальной агрессии по шкале «специализированное – неспециализированное средство выражения агрессии» с позиции степени прототипности для политического дискурса.

В качестве прототипных средств выражения агрессии в политическом дискурсе в целом и в политическом фельетоне, в частности, выступают маркеры чуждости как специализированные знаки и ярлыки, относящиеся к неспециализированным знакам.

Иронические номинации и бранная лексика являются неспецифическими, т.е. непрототипными средствами выражения агрессии в политическом дискурсе. При этом бранная лексика представляет собой специализированные общеязыковые знаки, а иронические номинации – нет (Там же).

Л.В. Енина провела исследование с журналистами-практиками на предмет речевой агрессии и речевой толерантности в российских печатных СМИ. К самому понятию речевой агрессии автор подошла одновременно с двух позиций, говоря о двух вариантах проявления речевой агрессии в текстах. Во-первых, автор текста может прямо призывать адресата к агрессивным действиям – данная форма агрессии в современных СМИ встречается редко, преимущественно в крайне левых изданиях. Во-вторых, подачей предмета речи (посредством различных стилистических, эмфатических приемов) автор может вызывать или поддерживать агрессивное состояние адресата (Енина 1999).

Применительно к жанру политического фельетона речевая агрессия исходит от адресанта и направлена на адресата-оппонента, его действия или результат его деятельности, которые, по мнению журналиста, являются губительными и влекут негативные последствия для страны и общества.

Чувство агрессии отражается в резко критическом отношении автора к оппоненту, назначении виновных, выдвижении обвинений – другими словами, агрессия приводит к поиску врагов. Опираясь на лингвистический анализ текстов, Л.В. Енина выделяет целый ряд образов врага в современной прессе, таких как враг среди этнических элементов, внешний враг – Запад, внутренний враг – богатые (Енина 1999). Однако для фельетона наиболее типичным является враг в виде власти, власть имущих.

В политическом фельетоне, характеризующемся высокой степенью агрессивности, сатирик вторгается в когнитивный и аксиологический уровень коммуникативного пространства прямого адресата (народа), с тем чтобы создать негативный образ определенного концепта и, как следствие, изменить его место в картине мира адресата.

Художественность, понимаемая как изображение действительности в образах, является неотъемлемой характеристикой жанра «политический фельетон». Стремясь к обобщению, фельетонист с целью выйти за рамки конкретного факта обращается к образной интерпретации действительности, посредством которой он выражает концептуальную идею. Художественность фельетона ставит его в один ряд с жанрами художественной литературы (Журбина 1979; Вакуров 1981). Как правило, в основу для написания фельетона должен лечь анекдотический, «фельетонный» факт, который будет совмещать «общественную вредность и парадоксальность», тем самым давая журналисту почву для сатирического осмеяния (Виленский 1982). Фельетон может быть основан как на таком «чистом» факте, так и содержать внефактические элементы, т. е. художественный вымысел. Мы согласны с М.Э. Виленским в том, что для фельетона характерно наличие элемента вымысла (Виленский 1982). В политическом фельетоне роль вымысла становится особенно значимой, т. к. в этом случае в процессе борьбы за власть фельетон становится средством воздействия, и излишняя надуманность может привести к намеренному искажению фактов. Фельетон богат средствами создания эмоциональной оценки: речь персонажей (диалоговые композиционные приемы), приемы их речевой характеристики, практически все виды тропов, стилистические фигуры (каламбур, анафора, параллелизм, антитеза, инверсия), фразеологические сочетания и литературные реминисценции и др. (Алексеев 1979; Вакуров 1978). При помощи всех этих средств

журналист выражает не только свою оценку фактов, но и преподносит их под определенным углом зрения.

Публицистичность фельетона проявляется 1) в однослойности публицистической речи (Солганик 2008) 2) и в тщательном подборе темы и постановке проблемы: актуальной и злободневной. Однослойность публицистической речи заключается в наличии единственного слоя – авторской речи. В публицистических текстах производитель речи и субъект всегда совпадают, в то время как художественному произведению характерно обязательное присутствие субъекта речи, что составляет, с одной стороны, условность художественной литературы, с другой – является принципом художественной речи (Там же). «Специфика художественного произведения заключается в том, что непосредственно повествование ведут рассказчик и персонажи, составляющие созданный писателем мир. И только через этот мир, косвенно писатель выражает свои мысли, свое отношение к действительности» (Там же: 25). В публицистическом тексте «рассказчиком является автор – подлинная реальная личность, что создает принципиально иную модальность. Вместо условности художественной речи – “прямая речь” непосредственно от автора, что придает ей подлинность, документальность, оценочность» (Там же: 26). В современном политическом фельетоне неукоснительно соблюдается принцип однослойности речи – повествование ведется от лица журналиста, авторская позиция (авторское Я), как правило, эксплицитно выражена и составляет специфику жанра.

Большинство исследователей в области журналистики придают большое значение именно выбору темы и умению журналиста обобщать (Бекасов 1980; Журбина 1979). Указывается такая особенность фельетона, как сатирическая типизация, т. е. осмеяние явления не единичного и не повторяющегося, а явления общественно значимого и типичного (Виленский 1982).

Выделенные признаки жанра «политический фельетон», к которым относятся полемичность, оппозиционность, агрессивность, сочетание художественности и публицистичности, разоблачительный характер и актуальная злободневная тематика, являются одновременно и критериями отграничения фельетона от смежных жанров – сатирического комментария и памфлета.

1.5. Специфика реализации текстовых категорий в политическом фельетоне

В данном разделе газетный фельетон рассматривается нами с позиции лингвистики текста и функционирования в нем текстовых категорий.

В лингвистике текст изучается в пяти аспектах (Тураева 1986: 8 – 9):

- 1) онтологическом, рассматривающем характер существования текста в отличие от устной речи;
- 2) гносеологическом, т.е. с точки зрения отражения в тексте объективной действительности;
- 3) лингвистическом, с позиции языкового оформления / выражения;
- 4) психологическом, т. е. установки на читателя и характере восприятия;
- 5) прагматическом, определяющем характер отношения автора к действительности и публикуемому материалу.

Каждый аспект можно рассматривать с точки зрения текстовых категорий, представляющих эти аспекты. «Категории текста отражают его наиболее общие и существенные признаки и представляют собой ступеньки в познании его онтологических, гносеологических и структурных признаков» (Тураева 1986:80).

Так, гносеологический аспект может быть представлен соотношением различных видов информации – содержательно-фактуальной, содержательно-концептуальной и содержательно-подтекстовой. В психологическом аспекте отражена установка на читателя, прогнозирование потенциальной аудитории и возможных реакций на публикацию. Прагматический аспект выражается в категории авторской модальности. Категории целостности и дискретности, которые в устной речи по причине её спонтанности и непоследовательности не представлены эксплицитно, являются средствами выражения онтологического аспекта. Лингвистический аспект представлен языковыми средствами и приемами, используемыми для достижения перлокутивного эффекта на читателя.

Не менее интересен подход Т.А. Золотовой, рассматривающей текст с точки зрения текстовой категории коммуникативных регистров, которые определяются типом репрезентируемой в тексте информации, грамматически и функционально (Золотова и др. 1998). Автор предложил категорию коммуникативных регистров с

целью анализа художественных текстов, однако к фельетону, как художественно-публицистическому тексту данные регистры также могут быть применены. Возможно выделение пяти видов коммуникативных регистров – изобразительного, информативного, генеративного, волюнтативного и реактивного. Функция изобразительного регистра заключается в воспроизведении событий действительности, воспринимаемых органами чувств автора, «локализованных в едином с ним хронотопе» (Золотова и др. 1998: 394). События поданы с позиции восприятия их автором, в соответствии с его внутренним миром и мироощущением. Данный вид регистра свойствен скорее текстам художественной прозы и текстам поэтическим, для политического фельетона он не столь актуален.

Информативный регистр состоит в представлении информации об окружающей действительности «в отвлечении от конкретно временной действительности и пространственной отнесенности к субъекту речи» (Там же). Как правило, воспроизводятся факты для выражения автором знаний о повторяющихся типичных явлениях. Рассмотрение регистра информативного особенно важно для жанра политического фельетона с точки зрения интерпретации информации, которая может быть трактована с разных позиций. Во-первых, с точки зрения конкретного значения этого события в конкретной ситуации и, во-вторых, с позиции определения места и роли конкретного события в цепи других событий. Информативный регистр непрерывно связан с генеративным, т.е. обобщающим регистром. Волеизъявление автора, побуждающее читателя к действию (мысли, принятию решения, формированию оценки), соотносится с прагматической функцией текста, представленной волюнтативным регистром. Реактивный регистр может быть выражен в политическом фельетоне в виде передачи косвенной и прямой речи политических деятелей.

Рассмотрение фельетона с позиции текстовых категорий позволяет определить специфику их реализации в данном жанре. Текстовые категории, выделенные на базе художественных текстов, будут преломляться в текстах публицистических, преследующих цель воздействия. В политическом фельетоне находят специфическое выражение категории модальности, проспекции, ретроспекции, целостности, дискретности. Однако в данном исследовании будут рассмотрены категории информативности, выдвижения и интертекстуальности.

1.5.1. Категория информативности

В бытовом значении под информацией понимается «всякое сообщение, оформленное как словосочетание номинативного характера», повествующее о каких-либо фактах (Гальперин 1981:26). В терминологическом значении термин «информация» употребляется для обозначения факта «получения новых сведений о предметах, явлениях, отношениях, событиях объективной действительности» (Гальперин 1981: 26).

Согласно И.Р. Гальперину, информация как одна из основных категорий текста может быть различной по своему прагматическому назначению, исходя из чего считается возможным выделение 1) содержательно-фактуальной, 2) содержательно-концептуальной и 3) содержательно-подтекстовой видов информации.

Под содержательно-фактуальной информацией подразумеваются информативные сообщения о событиях и фактах, имеющих место или происходящих в окружающем мире.

Категория содержательно-фактуальной информации находит место в тексте практически любого фельетона. Однако представлена она может быть двумя способами.

В первом случае, согласно И.Р. Гальперину, содержательно-фактуальная информация выражена в тексте эксплицитно, единицами языка, употребляемыми в их прямых словарных значениях.

(24) *«...41 закон подлежит отмене и в 155 вносятся существенные поправки»* (ДзД. 2005. 5 февр.).

(25) *«В Татарии 3 642 000 жителей»* (МК. 2002. 15 окт.).

(26) *«По сообщениям СМИ, в Дорогомилловском суде столицы на минувшей неделе начался процесс над Ильдаром Бончаровым»* (НГ. 2004. 11 нояб.).

(27) *«По оценкам экспертов, начиная с января будущего года, область вынуждена будет перейти на потребление хлеба, выпекаемого из фуражного зерна»* (ДзД. 2004. 22 окт.).

Как видно из примеров №№ 24 –27, содержательно-фактуальная информация даже в таком оценочном жанре, как «политический фельетон» преподносится в форме, лишенной оценочных элементов языка, с использованием штампов, которыми

данная текстовая категория характеризуется: *по оценкам экспертов, по сообщениям СМИ, начался процесс, подлежит отмене, вносятся поправки, предлагается утвердить, вынуждена будет перейти, на минувшей неделе.*

Во втором случае фактуальная информация представлена в сатирическом осмыслении, где она сочетается с оценочностью.

(28) *«Так, два дня назад они заклеймили позором Указ Александра Волкова ‘О Совете по взаимодействию с общественными объединениями при Президенте УР’»* (День. 2002. 6 дек.).

(29) *«27 июня 2003 года в восемь часов по московскому времени Каринэ вместе с 75-летней матерью Розой Севиевой прошли без проволочек три контрольных пункта в аэропорту Минеральных Вод»* (Правозащитник. 2004. 25 февр.).

Данные примеры строятся на основе клише и штампов, свойственных текстам информативных жанров: *опроверг слухи, по словам, внес большой вклад, 27 июня 2003 года в восемь часов по московскому времени и др.* Однако эта фактуальная информация сопровождается оценочными элементами, создающими комический эффект за счет неожиданности появления этих элементов в ряду формального представления информации: *действительно, ей было затруднительно, подобными ему деятелями, без проволочек, заклеили позором.* Точность информации обеспечивается цитированием, обращением к цифровым и статистическим данным, указанием на конкретных людей, места, события.

В фельетонном тексте содержательно-фактуальная информация вводится в качестве доказательной (информационной) базы для вынесения критической оценки.

Содержательно-концептуальная информация – это индивидуально-авторское понимание, творческое переосмысление событий, фактов, явлений, представленных содержательно-фактуальной информацией (Гальперин 1981). Если применительно к художественному произведению концептуальная информация отвечает на вопрос «Зачем, для чего происходит описанное фактуальной информацией явление или событие», (Там же: 28) то относительно публицистического текста (в нашем случае политического фельетона) этот вопрос можно преломить следующим образом «зачем, для чего дается сатирическая интерпретация имевших место событий».

И.Р. Гальперин представляет содержательно-концептуальную информацию как «замысел автора плюс его содержательная интерпретация» (Гальперин 1981: 28). По

мнению этого ученого, данный вид информации может существовать только в художественных и научно-познавательных текстах. Однако, по словам самого исследователя, «информация в таких (нехудожественного плана. – *А.И.*) текстах, если она является результатом каких-то исследований, наблюдений, опыта, дискуссий, размышлений, предположений и пр., приобретает концептуальность» (Гальперин 1981: 30). Таким образом, фельетон как вид сатирико-аналитического комментария попадает под категорию размышления, предположения и наблюдения и, следовательно, должен обладать концептуальностью. Автор фельетона выражает свою точку зрения или концепцию видения тех или иных событий. Важно отметить, что концептуальная информация политического фельетона может иметь различную интерпретацию, которая зависит от фоновых знаний адресата (знание политической ситуации, событий, имевших место в истории), уровня образованности, способности обобщать и устанавливать причинно-следственные связи. Концептуальная информация является доминирующей в жанре «политический фельетон», выражает идеологическую позицию автора, а также нередко совпадает с идеологическими взглядами издания. В политическом фельетоне концептуальная информация выражена эксплицитно и находит отражение на семантико-идеологическом уровне текста.

Так, например, под концептуальной информацией фельетона «*Возрождающаяся Ичкерия*» (Изв. 2002. 26 окт.) понимается следующее. Автор фельетона Максим Соколов сравнивает террористов, захвативших «Норд-Ост», с фашистами, а их методы – с методами штурмовиков концлагерей. Автор проводит параллель между так называемой возрождающейся Ичкерией и Германией 1933 – 1934 гг., «возрождение» которой привело к становлению фашизма. Замысел автора – показать, что посредством террора, насилия, нацизма можно возродить только фашизм.

Содержательно-подтекстовая информация является скрытой информацией, представленной содержательно-фактуальной информацией, «благодаря способности единиц языка порождать ассоциативные и коннотативные значения, а также благодаря способности предложений внутри СФЕ (сверхфразового единства. – *А.И.*) приращивать смыслы» (Гальперин 1981:28). Подтекстовая информация выражается имплицитно и требует способности читателя к «параллельному восприятию

действительности в нескольких разных плоскостях <...> к восприятию двух разных, но связанных между собой сообщений одновременно» (Гальперин 1981: 40).

В широком понимании подтекст – внутренний, добавочный смысл высказывания (ТСРЯ). В лингвистике подтекст – это «такая организация сверхфразового единства (и в отдельных случаях – предложения), которая возбуждает мысль, органически не связанную с пресуппозицией или импликацией» (Гальперин 1981: 48).

Подтекстовая информация в политическом фельетоне находит отражение уже на уровне заголовка, в основе которого, как правило, лежат общие принципы комического и принцип ориентации на фоновые знания. Подтекстовая информация требует дополнительных интерпретативных усилий адресата для декодирования фактуальной, в некоторых случаях – концептуальной информации. Однако в целом фельетонист стремится к максимально четкому обозначению концептуальной позиции, что минимизирует роль подтекстовой информации.

1.5.2. Категория интертекстуальности

Высокая степень интертекстуальных включений, характерная для жанра современного фельетона, обусловила необходимость рассмотрения текстовой категории интертекстуальности. Интертекстуальность традиционно понимается как многомерная связь текстов, которая включает тексты в сферу культуры (И.В. Арнольд 1999; Р. Барт 1994; М.М. Бахтин 1996; Ю.М. Лотман 1996).

Существует несколько подходов к понятию «интертекстуальность», общей целью которых является вопрос о границах диалога между текстами. В культурологическом плане интертекстуальность соотносится с понятием культурной традиции – семиотической памяти культуры (Лотман 1996).

И.В. Арнольд, размышляя о границах интертекстуальности, определяет данный феномен как «включение в текст либо целых других текстов с иным субъектом речи, либо их фрагментов в виде маркированных или немаркированных, преобразованных или неизменяемых цитат, аллюзий, реминисценций» (Арнольд 1999: 346). Под маркированностью в данном случае понимается заключение текстового фрагмента в кавычки или прямая отсылка автора к источнику, что свидетельствует об

эксплицитной демонстрации адресату происхождения какого-либо фрагмента. В случае немаркированной интертекстуальности имеет место имплицитная отсылка к источнику.

При анализе фельетонных текстов обращает на себя внимание интенсивность обращения к прецедентным феноменам. Прецедентные феномены определяются как «вербальные или вербализуемые единицы языкового сознания, представляющие собой отражение в последнем прецедентов в широком смысле этого слова, являющиеся основными компонентами того общего для всех членов лингвокультурного сообщества, ядра знаний и представлений, которые мы называем когнитивной базой этого сообщества» (Гудков 2000). Эти единицы должны быть хорошо знакомы подавляющему большинству членов этого сообщества, которые постоянно к ним обращаются. К числу вербальных или вербализуемых прецедентных феноменов относят прецедентные высказывания, прецедентное имя, прецедентный текст, прецедентную ситуацию (Там же). Т.В. Марченко, исследуя манипулятивный потенциал интертекстуальных включений, отмечает, что в жанрах комментария, статьи и очерка (наиболее близких к политическому фельетону) интертекстуальные включения используются с целью иллюстрации (цитаты), проведения аналогии (аллюзии), обличения (цитаты и аллюзии), критики (цитаты) и иронизирования (квазицитаты, цитаты, аллюзии) (Марченко 2007). По мнению автора, интертекстуальные включения реализуют свойства и функции политической коммуникации – агональность посредством обличения цитатой, квазицитатой или аллюзией, а также театральность посредством тактики предупреждения (Там же).

В качестве способа отсылки к прецедентному феномену в политическом фельетоне используются: а) цитация; б) квазицитация; г) аллюзия.

Под точной цитацией понимается дословное воспроизведение части текста или высказывания в том виде, в котором они сохранились в памяти цитирующего (Супрун 1995).

Квазицитация (или преобразованная цитация) определяется как трансформирование или воспроизведение части текста в умышленно измененном виде (Чигирин 2007; Артемова 2002; Сорокин, Михалева 1993). Разновидностью цитации или квазицитации Е.А. Артемова считает «упоминание прецедентного

имени, которое так же, как и собственно цитация, может быть точным или преобразованным (упоминание – квазиупоминание) (Артемова 2002).

Т.Ю. Чигириня выделяет пять приемов квазичитации: замещение одного или нескольких компонентов точной цитаты, сокращение компонентного состава прецедентного текста, преобразование утвердительных форм в отрицательные и наоборот, синтаксические трансформации (происходит изменение цели высказывания за счет изменения знака препинания в конце прецедентного текста), добавление одного или нескольких компонентов к исходной цитате (Чигириня 2007).

Аллюзия определяется как риторическая фигура, заключающаяся в ссылке на историческое событие, политический факт или литературное произведение, которые предполагаются общеизвестными (ЛЭС, БСЭ). С точки зрения когнитивной лингвистики, роль аллюзии состоит в скрытом способе передачи информации. Аллюзия функционирует как средство расширенного переноса свойств и качеств мифологических, библейских, литературных, исторических персонажей и событий на свойства и признаки объектов, о которых идет речь в тексте. В этом случае аллюзия не только восстанавливает известный образ, но и извлекает из него дополнительную информацию (Коваленко 2007). Механизм аллюзии заключается в наличии двух референтных ситуаций, представленных для сравнения. Одна из ситуаций выражена эксплицитно в поверхностной структуре текста, другая – имплицитно. Имплицитный смысл является неотъемлемым компонентом аллюзии (Марченко 2007).

Апелляция к прецедентным событиям диктуется необходимостью сравнения или сопоставления анализируемого события с событием, имевшим место ранее для выявления сходства или характерных отличий, или же для воскрешения в памяти адресата общей политической ситуации, к событиям которой фельетонист обращается.

Прецедентное имя может выступать знаком прецедентной ситуации, что сближает прецедентное имя с абстрактным именем. По мнению Д.Б. Гудкова, прецедентное имя выражает эмоциональную оценку, представляющую субъективное отношение к отображаемому событию или феномену (Гудков 1999). Помимо этого, прецедентное имя выполняет парольную функцию, т.е. для определенной социальной группы обладает особым коннотационным значением, которое, несмотря на сходство с первоначальным значением, все же от него отличается. Д.Б. Гудков указывает на то,

что «прецедентные имена играют важную роль в консолидации того или иного социума – именно общность стоящих за этими именами представлений и связанных с ними оценок служит осознанию членами некоторой социальной группы своего единства» (Гудков 2000: 51). Следует отметить, что парольная функция присуща прецедентным феноменам в целом.

Статус прецедентного имени представляется неопределенным, поскольку само по себе имя литературного или сказочного героя, политика, исторического деятеля ни о чем не свидетельствует. Прецедентное имя является репрезентантом или литературного/фольклорного произведения, т.е. прецедентного текста, или прецедентной ситуации, которая вызывает ассоциации с тем или иным именем. В качестве объектов-носителей прецедентного имени в политическом фельетоне выступают:

- литературные персонажи:

(30) «...в городском хозяйстве Москвы, где уже давно впору учреждать НКО им. **О. Бендера**, собирающую с купечества добровольные даяния на ремонт провала, чтоб не очень проваливался» (Изв. 2007. 22 сент.);

- политические и исторические деятели:

(31) «Таким образом, подзабытое дело **Ленина и Сталина** – а, напомним, государство, построенное ими в соответствии с марксистской теорией, было только надстройкой над экономическим базисом – переживает реинкарнацию» (МН. 2007. 9 нояб.);

(32) «**Екатерине II** были угодны рослые кавалергарды с большим прибором. И в результате возвысились **Орловы, Потемкин...** А будь, извините, другой ориентации – история пошла бы иначе. Ни **Орлова-Чесменского**, ни **Потемкина-Таврического**, – не было бы военных побед и роста территории, зато расцвело бы производство кружев и батиста» (МК. 2005. 25 нояб.);

В политическом фельетоне имеют место аллюзии к:

- фольклорным текстам посредством апелляции к сказочным персонажам:

(33) «После чего в игру и вступит некто третий, как водится в русских сказках, – **Иванушка-дурачок**, коим выглядел сам Путин в первые месяцы своего премьерства в далеком 1999» (Завтра. 2005. 30 нояб.);

- кинофильмам:

(34) «Одна из них, классная мамочка, чем-то напоминающая мамочку в тюрьме из мюзикла **“Чикаго”**, толкнула парня под поезд» (Завтра. 2005. 5 окт.);

- библейским текстам:

(35) «Когда число оглашаемых начиная с 1994 г. ежегодных посланий президента РФ пошло на второй десяток, полемисты внезапно вспомнили, что слово “послание” накрепко ассоциировано с текстами **Нового Завета**: “Послание к римлянам”, “Послание к евреям”, “Послание к коринтянам”» (Изв. 2004. 29 мая);

- литературным произведениям:

(36) «Все это напоминает **небезызвестную историю Александра Дюма-отца** о том, как король Генрих Третий назначил главу Лиги и как получилось, что это был не его высочество герцог Анжуйский, ни монсеньор герцог де Гиз. Король назначил на этот пост самого себя» (МН. 2007. 19 окт.);

(37) «Все это очень напоминает **салтыково-щедринского градоначальника**, который не единожды (и с большим успехом) брал приступом вверенный ему город Глухов в войнах за просвещение, насаждая там употребление крайне полезных для здоровья обывателей растений, как-то, горчицы и ромашки» (СР. 2007. 8 дек.).

Отсылка в форме цитации в политическом фельетоне, как правило, представляет собой отсылку к поэтическим произведениям:

(36) «Дружеское послание А.С. Пушкина к А.А. Дельвигу – “Прими сей череп, Дельвиг, он / принадлежит тебе по праву ” также не выдерживает сравнения с новозаветными текстами, что однако же не лишает его эстетической ценности. Ломоносовское “Послание гр. Ив. Ив. Шувалову о пользе стекла” в каком-то смысле еще ближе к посланию В.В. Путину» (Изв. 2004. 29 мая).

Прецедентное высказывание обычно представлено в виде цитат из прецедентных текстов: кинофильмов, песен, произведений художественной литературы, высказываний политиков, а в некоторых случаях полностью воспроизводит прецедентные тексты малого объема, такие как пословицы. В фельетонных текстах находят отражение:

- аллюзии

(37) «Кто-то вспомнил **вождя всех времен и народов** и начал примеривать его **френч** на вождя нынешнего» (СР. 2007. 8 дек.);

- квазицитации:

(38) *«Комментариев много, от “ловко же он нас провел” до “Пушкин – это наше всё, Царетелли – это наше везде, Путин – это наше навсегда”. Тут важна не форма, а содержание»* (МН. 2007. 19 окт.);

- цитации:

(39) *«...когда председатель комитета СФ по конституционному законодательству Ю.А. Шарандин с той же уверенностью сообщает: “Потому что он (президент. – М.С.) подписывает или не подписывает закон”, это случай более сильный. Главный конституционалист палаты, не знающий, что президент не наделен правом отклонять конституционные поправки, это примерно как председатель комитета по международным делам, не знающий, где находится Америка»* (Изв. 2007. 3 апр.).

Понятие прецедентной ситуации в политическом фельетоне граничит с понятием актуальности и злободневности выбранной журналистом темы. Любое событие, ставшее объектом политического фельетона, можно отнести к прецедентному: вступление в силу закона о монетизации льгот, премьеру постановки «Дети Розенталя», «Оранжевую» революцию на Украине, революционные волнения в Киргизии и т.д.

Отсылка к прецедентной ситуации происходит, главным образом, посредством аллюзии:

(40) *«Говорят, грядут процессы типа “Ходорковский”»* (Завтра. 2005. 17 мая);

(41) *«Бюргерским самодовольством лоснился Путин на экране»* (Завтра. 2005. 25 окт.) (в последнем примере содержится намек на опыт работы В.В. Путина в Германии).

Необходимо отметить, что особое место в политическом фельетоне отводится историческим аллюзиям, при помощи которых фельетонист проводит аналогию с уже имевшими в истории развития государства событиями и ситуациями. Историческая аллюзия представляет собой аргументативную базу политического фельетона. В качестве источника исторических аллюзий выступают:

1) периоды реформаторства в российской и европейской истории:

(42) *«Революция 1917 года явилась следствием заговора государственных мужей против государя императора и последовавшего вслед за этим переворота. В*

свою очередь сами российские императоры, начиная с **Петра**, показывали себя как отъявленные революционеры и реформаторы. Александр Сергеевич Пушкин не случайно назвал царствующую фамилию Романовых «якобинцами на троне». Наш народ боится переворотов и революций, государство – нет» (ДзД. 2005. 12 марта);

2) этапы технического прогресса, связанные с освоением новых земель и космоса:

(43) «*А в смысле идеологического наполнения абсолютное сходство со временем и лейтенанта императорского флота Седова, и начальника Севморпути Шмидта Отто Юльевича*» (Завтра. 2006. 4 янв.);

3) эпоха советской власти:

(44) «*Лагерные штурмовики 30-х гг. прошлого века не рвались раздавать интервью представителям мировой прессы, а те не рвались их брать. С тех пор гласность сделала большие успехи*» (Изв. 2002. 25 окт.).

Как видно из приведенных примеров, жестких границ между прецедентными феноменами не существует. Так, например, прецедентное имя может представлять собой как самостоятельный прецедентный феномен, так и репрезентировать прецедентную ситуацию или отсылать к прецедентному тексту или высказыванию.

Комический эффект при апелляции к прецедентным феноменам достигается в результате сопоставления имени действующего персонажа политики и прецедентного имени, искажения прецедентного текста или его фрагмента, соположения реального персонажа или реальной ситуации с неким атрибутом прецедентного текста (Артемова 2002).

Автор фельетона использует прецедентный феномен в качестве своеобразного стимула, на который ожидается определенная прогнозируемая реакция со стороны адресата.

Апелляция к прецедентному тексту и прецедентному высказыванию выступает как средство обезличивания адресанта-фельетониста, который в данном случае как бы отказывается от авторства той или иной идеи и, следовательно, от возможной ответственности.

В другом случае прецедентный текст или высказывание выступают в качестве доказательной базы точки зрения автора фельетона, где авторство прецедента является авторитетным для членов лингвокультурного сообщества.

1.5.4. Категория выдвижения

Категория выдвижения понимается как «способ формальной организации текста, фокусирующий внимание читателя на определенных элементах сообщения и устанавливающий семантически релевантные отношения между элементами данного или чаще разных уровней» (Арнольд 1991: 61). Выдвижение в фельетоне способствует лучшему восприятию аудиторией той концептуальной информации, которая необходима для убеждения читателя в точке зрения, представленной журналистом. Сильные позиции фельетона соответствуют коммуникативно-композиционному членению текста на коммуникативные блоки. Между сильными позициями или коммуникативными блоками автор устанавливает ассоциативно-смысловые связи, которые развивают идею автора и выпукло преподносят концептуальную информацию.

Одной из сильных позиций фельетона является заголовок. Ведущими функциями заголовка являются фасциативная, контактоустанавливающая и функция создания прогноза. На фоне большого количества газетных публикаций автору фельетона очень важно поймать взгляд потенциального читателя, заинтересовать его материалом, рассказать заголовком как можно больше.

Заголовок фельетона актуализирует, как правило, сразу несколько текстовых категорий, таких как информативность, модальность, завершенность, связность, ретроспекция и проспекция (Кухаренко 1988). Категория информативности заголовка проявляется в определении темы текста, заявлении о проблеме, которая будет поднята. В рамках категории информативности для фельетона, в отличие, например, от художественных произведений, с одной стороны, или новостного сообщения, с другой стороны, доминирующей является содержательно-концептуальная информация. Заголовок фельетона имеет своей целью помочь читателю в декодировании концептуальной информации.

Использование эмоционально-оценочных средств в заголовке способствует выражению модальности всего фельетона и заранее определяет настрой и степень критичности фельетониста. Безусловно, категория модальности в заголовке «работает» на актуализацию содержательно-концептуальной информации.

В сильных позициях заголовков реализует категорию завершенности, проявляющуюся в его функции разделять одну газетную статью или рубрику от другой. Для газетного фельетона это имеет особое значение, т. к. нередко на одной полосе могут быть помещены сразу несколько публикаций. В некоторых случаях, когда фельетон включает промежуточные заголовки, автор помогает читателю выделять подтемы, обращая внимание на важность такого деления для восприятия основной идеи. Нередко фельетон содержит подзаголовок, который поясняет основное заглавие и конкретизирует то, о чем пойдет речь в дальнейшем: *Месть олигарха / Березовский возвращался в Россию?; Мой друг электорат / 5 универсальных советов как выиграть выборы; Перелет трутней / предвыборное жужжание на предвыборных пасаках.*

Категория выдвижения может реализовываться при помощи повтора слов или сочетаний из заголовка в «теле» статьи, как это происходит в фельетоне под названием «Умные!» (ДзД. 2004. 22 окт.). В фельетоне обыгрываются различные комбинации со словом *умный*, а также его производными и синонимами *все умные, каким бы ты ни был умным, найдутся умники поумнее тебя, делает он это очень умно и оригинально, человек нерядовой и интеллектуально продвинутый, с умными людьми явный перебор, жили одни только умные люди, среди массы умных есть самые умные, губернатор Максюта поумнее нас с вами, возит доказательство своего недюжего ума, жить в России при таком умном начальстве.*

При этом читатель постоянно мысленно возвращается к заголовку, «осознание значения заголовка происходит ретроспективно» (Кухаренко 1981:92), что является примером выражения категории ретроспекции на уровне заголовка. Заголовок в этом случае оказывается «рамочным знаком» (Там же), связывающим начало (*Нет, все-таки тяжело жить в России, здесь все умные*) и конец фельетона (*Тяжело жить в России при таком умном начальстве*), где читатель возвращается не только к заголовку фельетона, но и наблюдает повтор сочетания *тяжело жить*, бесспорно, подчеркивающего основную идею автора.

Заголовок связан с текстовой категорией проспекции: заглавие, будучи концентрированной формой выражения содержательно-концептуальной и содержательно-фактуальной информации всего произведения, направлено на построение читателем прогноза того, о чем в фельетоне пойдет речь и в какой

тональности будет представлена информация. Сформировав установку на прочтение фельетона, автор может спровоцировать эффект обманутого ожидания. Довольно часто названия фельетонов носят метафорический характер, и название ни разу не упоминается в тексте фельетона. Тем не менее связь текста с заглавием присутствует на уровне контекстуальной информации, и заголовок является сигналом для правильного её восприятия.

Одним из важных принципов формирования и функционирования заголовка является принцип ориентации на фоновые знания, лежащий в основе прецедентных заголовков.

Около 55% фельетонных заголовков содержат отсылку к прецедентным феноменам. 60% прецедентных заголовков представляют собой апелляцию к прецедентным высказываниям, выраженную цитацией, – названия стихов «*Прощай, XX век*» (произведение А. Дольского), кинофильмов «*Возвращение резидента*»; пословиц «*Сытый голодного не понимает*», политических лозунгов «*Власть народу!*», рекламных слоганов «*Не дай себе засохнуть!*», литературных произведений «*Отечества отцы, которых мы должны принять за образцы*» (Грибоедов. «Горе от ума»), музыкальных произведений «*На сопках Маньчжурии*»; квазицитацией пословиц и поговорок «*Рыбачье дело хитрое...*», названий политических программ «*План ну*», устойчивых сочетаний «*Притон возврата*», «*Было наше – стало ваше*», «*Будь-он-неладен*», «*Рапсовая нетерпимость*», заглавий литературных произведений «*Демьянова уха от Миронова*» (Крылов. «Демьянова уха»); аллюзией к прецедентным высказываниям: «*Фанера не долетела до Парижа*», «*Торговля прошлогодним снегом*».

21 % прецедентных заголовков содержит в себе аллюзию к прецедентному имени политических деятелей и исторических лиц; «*Михаил Борисович в образе Иоанна Васильевича*» (М.Б. Ходорковский и И.В. Грозный), «*Миронов в роли Ющенко*»; «*Если бы я был Ходорковским*»; «*Вешняков и Эйзенхауэр*»; библейским героям «*Порошенко-мефистофель*», деятелям искусства «*Клод Моне сквозь печень*», названию телепередачи «*Бургер-шоу*» («*Маски-шоу*»). Популярны заголовки, содержащие в себе двойную отсылку, например, к прецедентному имени и прецедентному высказыванию: *Батуков, go home! Лимонов и Якеменко – два сапога пара*.

Прецедентные тексты используются в создании заголовков к фельетонам примерно в 13% прецедентных заголовков в целом. Отсылка к текстам источников посредством точной цитации заголовка источника: *«Каменный гость»* (произведение из цикла из маленьких трагедий А.С. Пушкина), *«Голый король»* (пьеса Е.Шварца по мотивам сказки Г.Х. Андерсена «Новое платье короля»); а также квазицитацией названия текста-источника: *Мистер Зубкофф и все-все-все* («Вини Пух и все-все-все» А. Милна); *Одна ночь Дениса Ивановича* («Один день Ивана Денисовича» А. Солженицына); аллюзией к литературным произведениям, политическим документам *Про Конституцию и Кувшинное рыло* («Мертвые души» Н.В. Гоголя).

Аллюзии к прецедентным ситуациям составляют 2,5 % от общего количества прецедентных заголовков в нашем корпусе примеров: *«Базар на майдане»* («Оранжевая» революция в Украине).

Следует отметить, что фельетонный заголовок построен преимущественно на общих принципах комического – противоречии, критичности и неожиданности: *«Мальчишки»*, *«Приказано быть счастливыми!»*, *«Жизнь дороже реформ»*; *«Льготы на вымирание»*; *«Как удобнее считать рост ВВП»* и т.п.

Н.А. Сребрянская, анализируя заголовки художественных текстов, отмечает, что большинство заголовков содержит указание на персонаж, место или время действия (Сребрянская 2004). В политическом фельетоне по большей части имеет место указание на главное действующее лицо статьи – *«Директор верхней палаты»*, предмет дискуссии – политическую ситуацию или актуальное событие *«Передача хода»*, *«Операция “преемник”»*, хронотоп в заголовках политического фельетона практически не представлен. Специфика категории выдвижения в политическом фельетоне заключается в особой значимости заголовка и завершающего текстового блока в донесении авторской концепции, таким образом, эти две сильные позиции образуют рамочную конструкцию.

Интродуктивный коммуникативный блок предоставляет читателю основную информацию, необходимую для восприятия содержания. В литературном произведении обычно вводятся место и время действия, а также его основные участники. Понятие интродуктивного блока соотносится с понятием сильной позиции начала. В целом мы согласны с В.А. Кухаренко, что нет четких границ отделения начала от основной части изложения (Кухаренко 1988), но, несмотря на это,

интродуктивным блоком фельетона, другими словами, его началом мы будем считать первый абзац. Выделив информацию в первый абзац, автор намеренно акцентирует на ней внимание читателя.

Вводный коммуникативный блок, как и заглавие, представляет собой выражение базовых текстовых категорий. В первую очередь достаточно эксплицитно выражена категория модальности, как будто фельетонист стремится раскрыть истинную сущность проблемы читателю до того, как его внимание отвлечет другой материал. Тут же в первом абзаце находит отражение содержательно-фактуальная информация, которая вводит основных действующих лиц или поднимает проблему, которой будет посвящен фельетон, выступая примером её проявления:

(45) *«Начавшийся уголовный процесс над директором сахаровского музея Ю.В. Самодуровым и его сподвижниками, устроившими в январе 2003 г. выставку “Осторожно, религия!”, производит странное впечатление»* (Изв. 2004. 17 июня). Содержательно-фактуальная информация неразрывно связана с ретроспекцией, которая обеспечивает еще и связность первого абзаца с заголовком фельетона, осуществляя целостность текста. Прочитав заголовок и почувствовав некоторый интерес, читатель обращается к первому абзацу, надеясь получить разъяснения и определить, стоит ли читать статью дальше. Интродуктивный блок, как и заголовок, выполняет функцию анонса, предоставляя читателю хоть и сжатый, но более полный спектр информации, в частности концептуальная информация проявляется в первом абзаце уже четче.

(46) *«Одно из бесспорных достижений ушедшего 2001 года состоит в том, что мировому сообществу удалось прийти к согласию в непростом вопросе о персонификации вселенского зла. Сегодня ни у кого не вызывает сомнения, что воплощением такого вселенского зла является некто Бен Ладен, которого толком почти никто никогда и не видел (только по телевизору)»* (Комар. 2002. №1). Данный вводный блок дает иллюстрацию не только реализации категорий модальности (некто Бен Ладен, персонификация вселенского зла, которого никто никогда и не видел), ретроспекции, целостности (какая разница – антитеррор – некто Бен Ладен), но и категории подтекстовой информации (раз никто не видел этого Бена Ладена, кроме как по телевизору, значит, он – продукт СМИ, изготовленный с подачи тех, кто максимально заинтересован в организации операции по поимке виртуального

преступника). Все перечисленные категории подводят читателя к осознанию содержательно-концептуальной информации фельетона. Категория проспекции, т.е. создания прогноза и предвкушения того, что будет дальше, имеет место практически в каждом вводном коммуникативном блоке фельетона.

Представляется возможным деление интродуктивных блоков на сигнальные и информативные. Сигнальные блоки не содержат прямого указания на проблемную ситуацию или её участников. Функцией таких блоков является подача сигнала для декодирования концептуальной информации, заключенной в заголовке и дальнейшем тексте фельетона:

(47) *«Как предупреждал Антон Павлович Чехов, Россия – страна казенная. И верстовыми столбами торчат на её загадочном пути крупные мероприятия, призванные обеспечить скорейшую реализацию очередной важнейшей задач»* (Газета. 2002. 26 февр.). Как правило, такого рода блоки очень метафоричны и содержат апелляцию к прецедентным феноменам.

Информативные же блоки содержат фактуальную информацию, которая нередко является опорным пунктом для обозначения проблемы:

(48) *«За год с небольшим до парламентских выборов 2003 года Кремль решил основательно заняться партстроительством. После ухода Селезнева и К^о меняется левый край. Практически отстроен центр»* (Версия. 2002. 24 окт.).

Инферативный или заключительно-обобщающий коммуникативный блок соотносится с сильной позицией окончания фельетона и, по мнению О.П.Воробьевой, выполняет делимитативную и воздействующую функции. Делимитативная функция отделяет основную часть текста от обобщающего заключения. Если заголовки указывает на верхнюю границу текста и предполагает его пояснение, то инферативный блок указывает на нижнюю, завершающую границу текста (Воробьева 1991).

Воздействующая функция, свойственная всему тексту фельетона в целом, активизируется в заключительном блоке, с тем чтобы акцентировать внимание читателя на отдельной стороне поднятой проблемы, тем самым воздействуя на его эмоциональное состояние, формирование оценки.

(49) *«Нет, это будет в центре России. И про нары сказано не по ошибке. Реформа вполне тянет на статью Уголовного кодекса. Разжигание национальной*

розни» (МК. 2002. 16 окт.). Решение, которое, скорее всего, примет читатель, связано с формированием отрицательной оценки по отношению к языковой реформе. Последний абзац актуализирует связь с заголовком фельетона «Бессловесная скотина», который представляется единственно возможным исходом реформы.

Помимо воздействующей и делимитативной функций, представляется возможным выделение обобщающей функции (соотносящееся с генеративным регистром текста).

В заключительном блоке фельетона эксплицитно выраженная концептуальная информация представляет собой ретроспективную отсылку к заголовку и интродуктивному блоку. В заключительном блоке фельетона автор, подводя итог своим рассуждениям, формулирует вывод, в котором акцентируются каузально-следственные связи неблагоприятной общественно-политической ситуации с действиями политических институтов, предсказываются последствия и представляется прогноз развития анализируемых событий и явлений. В заключительном блоке фельетона обнаруживается взаимосвязь когнитивно-информационных категорий «проблема» и «концепция», которые, четко определяя позицию автора, нацелены на создание максимального перлокутивного эффекта.

(50) *«А пока у нас праздник – мы не расстанемся с Юрием Михайловичем еще четыре года. “Вот и встретились будто не расставались!” Скоро инаугурация... с третьего раза написал правильно. Он оправдал президентское доверие, и незаменимых людей у нас есть. На именной пасеке вновь зажужжат трудолюбивые пчелы и уникальный, единственный в мире круглый улей вновь наполнится медом, собираемым с обширной площади. Набрал бы он столько же голосов при открытом общенародном голосовании? Не знаю. Я бы проголосовал “за”. Да, спаситель, да, в кепке, да – за него. А за кого же еще? Он такой один»* (МН. 2007. 6 июля). В фельетоне «Мэры приняты» критике и осмеянию подвергается ситуация переизбрания Ю.М. Лужкова на пост мэра города Москвы в третий раз. При помощи метафоры пасеки, имплицитно отсылающей к хобби Ю.М. Лужкова – пчеловодству, фельетонист создает образ Лужкова-хозяйственника, как трудолюбивого пчеловода, работающего по отлаженному механизму, в котором пасека – экономическое пространство Москвы, а роль пчел достается москвичам, работающим на личное обогащение вновь избранного мэра. Фельетонист высмеивает и гиперболизирует

одну из черт сложившегося образа М.Ю. Лужкова – крепкого хозяйственника, человека из народа, которому чужд канцелярский язык специальных терминов, однако, по мнению сатирика, четко знающего, как заработать политический капитал и добиться материальной выгоды. В заключительном блоке анализируемого фельетона еще раз в сжатом виде акцентируется проблема политического застоя, отсутствия выбора и сомнительной процедуры голосования как показателей несоблюдения демократических норм, сопровождаемая ироничным негативно-оценочным отношением автора с коннотацией издевки.

Проведенный анализ материала показал, что заключительной части фельетона свойственна высокая интертекстуальная плотность:

(51) *«Результаты выборов показали, что рейтинг Путина плохо поддается передаче другому лицу. Кроме того, список лиц, желавших бы занять кресло Путина (но пока разумно предпочитающих помалкивать об этом), достаточно велик. Как они все будут договариваться друг с другом, и что будут делать те, чьи амбиции окажутся неудовлетворёнными, – это будет цирк на манер раздела Среднерусской возвышенности детьми лейтенанта Шмидта. Запасайтесь попкорном и усаживайтесь перед телевизором. Show must go on!»* (СР. 2007. 8 дек.). Прогноз развития политической ситуации представлен в виде аллюзии к прецедентной ситуации художественного произведения с целью проведения аналогии с аферой и мошенничеством. Посредством цитирования названия песни группы “Queen” имплицитно используется метафора театра, характеризующая современную политическую ситуацию в России: политики – действующие лица представления, народу отводится пассивная роль зрителя.

В заключительном блоке фельетонист нередко предлагает собственное решение проблемы, выход из сложившейся неблагоприятной ситуации:

(52) *«А задача заключается в том, чтобы исповедовать естественный ход жизни. Ну захотелось вам помочь “льготникам”, так отдайте им малую часть нефтедолларов из государственных доходов. Это же так просто, так естественно. Помогите старикам, помогите детишкам, катайтесь на санках, собирайте грибы, ходите в церковь, выпивайте по праздникам, и больше ничего не нужно. Меньше пафоса, меньше зуда и реформаторских конвульсий, больше простых, естественных движений, и все остальное приложится. Реформы нам обходятся слишком дорого.*

Пора от реформ возвращаться к жизни» (ДзД. 2005. 5 февр.). Заключительный блок фельетона «Жизнь дороже реформ» объясняет выбор заголовка, поскольку, по мнению фельетониста, проводимые реформы противоречат *естественному ходу жизни*. Обвинения власти в недееспособности, оторванности от народа, критика действий правительства, приводимых к губительным последствиям, аргументируемые в основной части фельетона, находят отражение в концентрированном виде в инферативном блоке текста. Речевой жанр рекомендации со свойственными ему «вежливыми» императивами в данном примере приобретает функцию создания прототипного образа действий власти – близкой народу, исповедующей традиционный ход жизни, помогающей реальными материальными выплатами без голословной заявки на реформаторский курс.

Сильные позиции выдвижения, совпадающие с основными коммуникативными блоками, содержат в сжатом, концентрированном виде содержательно-концептуальную информацию, донесение которой до адресата составляет коммуникативную интенцию фельетониста.

Выводы к главе 1

1. Специфика жанра «политический фельетон» заключается в том, что он находится на пересечении трех типов дискурса – политического (по базовой интенции), масс-медиального (по каналу общения) и комического (по тональности общения).

2. В жанровом пространстве политического дискурса фельетон относится к числу вторичных респонсивных жанров. Важной отличительной чертой фельетона в сравнении с другими смеховыми жанрами политического дискурса являются выраженная агональная направленность и аналитический характер обработки информации.

3. В жанровом пространстве масс-медиального дискурса фельетон относится к числу художественно-публицистических жанров. Его отличают оппозиционность и полемичность, агрессивность, сочетание вымысла и актуальной злободневной тематики.

4. В жанровом пространстве комического дискурса фельетон соотносится с жанрами сатиры, осуждающей и высмеивающей серьезные социальные пороки. Коммуникативная цель данного жанра состоит в осмеянии, сатирической оценке и критике социально-политической ситуации, деятельности политических институтов и их представителей.

5. Адресант-фельетонист как дискурсивная личность реализует диагностическую (экспертную), разоблачительную, высмеивающую, развлекательно-эстетическую функции. Для фельетона характерно наличие прямого (народ) и косвенного адресата, который подразделяется на адресата-наблюдателя (представители власти, не являющиеся объектами критики в данном фельетоне) и адресата-оппонента (институт власти и его конкретные представители).

6. Типы политического фельетона разграничиваются по следующим параметрам: 1) характер модальности; 2) событийная ориентация; 3) характер проблемной фокусировки; 4) характер референта; 5) тематика анализируемого события.

7. В рамках текстовой категории информативности в фельетоне доминирует содержательно-концептуальная информация, эксплицитно выраженная в сильных текстовых позициях.

8. Политический фельетон характеризуется высокой интертекстуальной плотностью текста. Особую роль среди интертекстуальных включений играют исторически аллюзии, составляющие аргументативную базу фельетона.

Глава 2. Сатирическая картина мира политики в жанре политического фельетона

2.1. Понятие картины мира в современной лингвистике. Типы картин мира

В отечественной лингвистической теории изначально различают концептуальную картину мира как «совокупность предметного содержания, которым обладает человек» (ФЭС), и языковую, являющуюся вербализованной частью концептуальной картины мира (Маслова 2006; Кубрякова 2001; Постовалова 1988; Серебренников 1988).

Картина мира, мировидение, модель мира – есть результат активной деятельности построения субъектом образа мира, в котором отражаются сущностные свойства мира (Маслова 2006, Постовалова 1988). Исходя из положения о том, что картина мира есть отражение, создание подобия действительности (Постовалова 1988; Серебренников 1988), можно заключить, что картина мира – это всегда интерпретация анализируемой действительности через призму индивидуального опыта индивида, в этом случае есть смысл говорить об обязательном индивидуальном аспекте картины мира. С другой стороны, картина мира воспроизводит зафиксированные образы реальности. «Картины мира не могут состоять из одних ошибок, в них всегда есть доля истинного мировидения, проявляющегося хотя бы в структурировании ими “видимого мира”» (Постовалова 1988: 35). Однако, несмотря на стремление индивида к объективизации картины мира, оценивать достоверность отображаемой действительности возможно только тогда, когда произведено сравнение её образа с самой реальностью. Но поскольку реальность не может быть зафиксирована, любое её восприятие уже представляет собой интерпретацию.

В науке установлено, что концептуальная картина мира создается в результате двух процедур: «1) экспликации, экстрагирования, опредмечивания, объективирования и осмысления образов мира, лежащих в основе жизнедеятельности человека, и 2) созидания, творения, разработки новых образов мира» (Постовалова 1988: 28). В нашем исследовании нас будет интересовать не столько первый процесс,

сколько вторая процедура, сопряженная с проблемой придания действительности вторичной интерпретации в комической тональности.

В науке разграничивают языковую и концептуальную картины мира. Концептуальная и языковая картины мира соотносятся между собой так же, как мышление соотносится с языком. Не вызывает сомнения, что язык и мышление, будучи самостоятельными областями, тесно между собою связаны. Язык вербализует результат мышления (Серебренников 1988; Маслова 2006; Постовалова 1988).

Поскольку мышление шире по отношению к языку, концептуальная картина мира шире, разнообразнее, богаче языковой, т. к. в создании концептуальной картины мира участвуют разные типы мышления, в том числе и невербальные (Серебренников 1988). Принято считать, что языковая картина мира является частью общей картины мира, т.е. представляется подсистемой концептуальной картины мира, включая те её компоненты, с которыми соотнесены языковые знаки. По причине того, что язык эволюционирует медленнее, чем представления человека о действительности, некоторые ученые сходятся во мнении, что его языковое воплощение отражает в значительной степени пережиточную картину мира. Поэтому языковую картину мира иногда называют наивной (Яковлева 1994; Апресян 1995).

Выделяют две базисные функции концептуальной картины мира – интерпретативную (осуществляющую видение мира) и регулятивную (закрывающуюся в создании универсального ориентира в человеческой жизнедеятельности) (Постовалова 1988). Представляется, что в рамках массовой коммуникации обе функции будут носить интенциональный характер, а интерпретативная функция будет определять содержание коммуникации. Можно отметить, что эти же функции будут типичны и для различных частных картин мира, отражающих отдельный аспект концептуальной картины мира.

Языковая картина мира выполняет две основные функции: 1) означивание основных элементов концептуальной картины мира и 2) экспликация средствами языка концептуальной картины мира (Серебренников 1988).

А.Н. Попкова выделяет следующие онтологические характеристики, свойственные языковой картине мира: 1) наличие имен концептов; 2) неравномерная концептуализация различных фрагментов действительности в зависимости от их важности для жизни соответствующего этноса; 3) специфическая комбинаторика

ассоциативных признаков этих концептов; 4) специфическая квалификация специфических предметных областей; 5) специфическая ориентация этих областей на ту или иную сферу общения (Попкова 2005:57). Таким образом, языковая картина мира организована по законам языка, а концептуальная картина мира – по законам физического мира. Исходя из перечисленных признаков, можно предположить, что языковая картина мира обладает моделирующим свойством. Как в процессе обозначения элемента своей концептуальной картины мира, так и в процессе выражения его посредством языка, индивид стоит перед выбором языковых средств, зависящим от ряда факторов: интенции индивида, его эмоционального состояния, личностных характеристик, фоновых знаний, образовательного уровня, фактора адресата, социального статуса и т.д. Пересказывая один и тот же фрагмент действительности в разных ситуациях, говорящий будет моделировать его в зависимости от указанных факторов путем выбора различных средств вербального (а в ряде случаев – и элементами невербального) представления.

Картина мира может быть как отражением мира в его целостности, так отражением его различных фрагментов и ракурсов. Картины мира различаются по степени содержательности, глубине проникновения в сущность мира, степени проработанности деталей, ракурсом охвата. Существуют более динамичные и менее динамичные картины (Постовалова 1988).

Поскольку восстановление целостной концептуальной или языковой картины мира индивида или социальной группы практически невозможно, в современных исследованиях рассматриваются фрагменты концептуальной картины мира: научная, религиозная, эмоциональная, лингвоэмоциональная, фольклорная, фразеологическая, информационная, медиа, комическая, идеологическая и другие картины мира.

Мы проанализировали описанные в науке такие фрагментарные картины мира, как комическая (Попченко 2005), масс-медиаальная (Рогозина 2003), журналистская (Мансурова 2003), идеологическая (Шкайдерова 2007), информационная, стереотипная, идеологизированная (Санцевич 2003), ироническая (Палкевич 2003), смеховая картины мира (Слышкин 2007).

В принципе, любой текст репрезентирует определенную картину мира. Художественный текст может быть рассмотрен как оязыковление определенного фрагмента индивидуальной картины мира (Попченко 2005), масс-медиаальный текст –

как репрезентант медиа или журналистской картины мира (Рогозина 2003; Мансурова 2003), комический текст – как вербализация комической картины мира (Попченко 2005). Представляется, что и новостной текст, и фельетон являются репрезентантами медиа /журналистской картины мира, однако представляют собой различные её сегменты. Несмотря на то, что исследователи выделяют журналистскую картину мира (Мансурова 2003) и медиакартину мира (Рогозина 2003), в рамках нашего исследования мы не будем их различать и в дальнейшем будем использовать термин медиакартина мира.

Если рассматривать медиакommunikацию как процесс продуцирования смыслов, то язык выступает 1) средством познания мира и 2) инструментом воздействия на когнитивные структуры адресата с целью формирования определенного представления реальности (Рогозина 2003). Другими словами, медиакommunikация – это сфера, осуществляющая операции с информацией, которые заключаются в её «преобразовании и трансформации из одного вида в другой, в ином коде, в иной структуризации», что поднимает вопросы о том, «какие именно типы информации перерабатываются разумом, в каких типах процессов это происходит» (Кубрякова 2001: 41).

Медиакартина мира предстаёт как продукт масс-медиального дискурса и является результатом ментально-когнитивной деятельности по моделированию событий и явлений окружающего мира.

Медиакартину мира определяют как модель медийной реальности, формируемую мышлением адресата в результате его взаимодействия с продуктом масс-медиа (Мансурова 2003; Рогозина 2003) – различными жанрами текстов, освещающих порой один и тот же фрагмент действительности. Впоследствии эта сформированная посредством масс-медиа реальность становится составляющей концептуальной картины мира адресата.

Поскольку медиакартина мира представлена в конкретных текстах, то жанровое многообразие журналистских текстов будет являться элементом структуры языковой медиакартины мира (Рогозина 2003).

Исходя из определения, что медиакартина мира представляет собой особый тип социокультурной реальности, создаваемой системой средств массовой информации, можно заключить, что данная картина мира является результатом информационного

взаимодействия (Мансурова 2007). Социокультурный тип реальности, а следовательно, и медиакартина мира становятся средством моделирования поведенческих и когнитивных реакций адресата на отображаемые события действительности. Таким образом, медиакартина мира «создаёт новые схемы понимания реальности, создает невиданные ранее причудливые модели соотнесения представлений и образов мира с объективной реальностью, раз за разом, все с большим напряжением предъявляя различные способы схематизации реальности, а не реальности как таковые» (Мансурова 2003: 78).

Т.В. Шкайдерова, рассматривая советскую идеологическую языковую картину мира, отмечает, что данное понятие характеризуется рядом особенностей. Ведущим субъектом идеологической языковой картины мира является идеологическая репрезентация концепта «народ» – «советский народ» – фантомный, намеренно сконструированный и насаждаемый властью субъект. Идеологическая картина мира характеризуется биполярным типом оценочности, в которой отсутствуют зоны перехода или неоценочных знаков. В зоне положительной оценки находятся «свои», «наши», в зоне отрицательной оценки – «чужие», «не наши». В основе категоризации действительности идеологической картины мира лежит идеологический регулятив, понимаемый автором как позиция или тип поведения субъектов в рамках стереотипно-ритуальной ситуации. Идеологический регулятив обусловлен нормой поведения, определяемой биполярным типом оценочности и задаваемой пресуппозициями (должное/недолжное, желательное/нежелательное развитие событий). Важнейшей единицей идеологической картины мира является концепт-канон, представляющий собой стереотипные знания и представления (Шкайдерова 2007).

Мы рассматривали политический фельетон как своеобразное «производное» от новостного сообщения. Оба этих жанра рассматриваются нами, в первую очередь, как жанры политического дискурса, в которых доминирует идеологическая составляющая. Таким образом, и жанр новостного сообщения, и фельетон участвуют в формировании и моделировании идеологической и масс-медиаальной картины мира (идеологического фрагмента масс-медиаальной картины мира).

2.2. Сатирическая картина мира как фрагмент смеховой картины мира

Политический фельетон участвует не только в конструировании идеологической медиакартины мира, но и в создании смеховой картины мира политики.

Изучению комической картины мира посвящено исследование И.В. Попченко, которая рассматривает комическую картину мира как фрагмент эмоциональной картины мира (Попченко 2005). Всякая картина мира представляет собой соединение объективного и субъективного начал, поскольку она репрезентирует объективный мир сквозь призму субъективного видения. Это происходит потому, что человеческое сознание, обрабатывающее данные поступающих в мозг восприятий, делится на интеллектуальную область, область мысли и эмоциональную, область чувств. Картина мира отражает интеллектуальное и пограничное ему чувственное содержание сознания, которое опосредовано языком (Блох 2007).

Комическая картина мира понимается И.В. Попченко как «фрагмент общей эмоциональной КМ, инкорпорированный в её структуру, сущностную основу которого составляет совокупность образов комического (предметов, явлений, свойств, ситуаций и т.п.), отклоняющихся от стереотипного восприятия окружающего мира, от нормальных жизненных ценностей и вызывающих комический эффект (в отличие от патологических явлений). Комическая картина мира имеет антропологический статус и является продуктом жизнедеятельности человека, формируясь в процессе познания человека и интерпретации действительности» (Попченко 2005: 53).

Г.Г. Слышкин рассматривает смеховую картину мира как систему «концептуализации и оценочного (в основном негативного) осмысления действительности, реализованную в совокупности комических жанров» (Слышкин 2007: 455).

Комическая (смеховая) картина мира включает в себя следующие фрагменты: юмористическая, ироническая, сатирическая и саркастическая картины мира, выделение которых производится на основе четырех общепризнанных видов комизма – юмора, иронии, сатиры и сарказма (Попченко 2005).

Г.Г. Слышкин выделяет следующие базовые характеристики смеховой (комической) картины мира: 1) комическое вторично по отношению к серьезному и направлено на его искажение; 2) поскольку комическая картина мира является средоточием базовых элементов концептосферы социума, то представленность того или иного концепта в комической картине мира является высоким показателем его значимости (Слышкин 2007).

О.Я. Палкевич, изучая феномен иронии, как альтернативу общепринятой картине мира выделяет ироническую картину мира, формируемую в результате интерпретации действительности посредством ироничного высказывания (Палкевич 2003). О.Я. Палкевич определяет ироническую картину мира как «фрагмент наивной картины мира, обобщенный субъективный образ объективной реальности, сложившийся в результате восприятия, осмысления и интерпретации мира в жизнеутверждающем ключе» (Там же: 172). Субъект, порождающий ироническую картину мира, «обнаруживает расхождение между двумя образами реальности и выражает свое эмоционально-окрашенное отношение к этому факту» (Там же: 171). Одной из важнейших характеристик иронической картины мира является её соотнесенность с ценностной картиной мира как варианта последней, однако с негативным эмоционально-оценочным зарядом (Там же).

Сатирическая картина мира носит нормативный характер, определяемый ценностными стереотипами и представлениями, лежащими в основе оценки. Сатирическая картина мира задает модальность и тональность интерпретации действительности. Сатирическое представление политических действий, морали и идей, «концентрируется на негативных сторонах и путем систематического отбора и усиления недостатков и глупостей производит карикатуру на свой объект» (Козловски www). Эмоциональный спектр сатирической картины мира тяготеет к негативно-обличительному, основанному на осуждении и обвинении. В сатирической картине мира обнаруживается несоответствие между социально-политической и нравственной реальностью и ее отражением в фельетоне, всегда критическим и изобличающим, комическим и гротескным.

Осмысление поступающей к индивиду информации происходит путем её концептуализации, т. е. образования концептов, концептосфер, концептуальных структур и всей концептуальной системы в человеческой психике (Маслова 2006).

Приобретенный человеком опыт трансформируется «в определенные концепты, которые, логически связываясь между собой, образуют концептуальную систему; она конструируется, модифицируется и уточняется человеком непрерывно» (Там же: 61). Концепты в сознании человека возникают в результате деятельности, опытного постижения мира, социализации, а точнее, складываются из а) его непосредственного чувственного опыта – восприятия мира органами чувств; б) предметной деятельности человека; в) мыслительных операций с уже существующими в его знании концептами; г) из языкового знания (концепт может быть сообщен, разъяснен человеку в языковой форме); д) путем сознательного познания языковых единиц (Попова, Стернин 1999).

Для нашего исследования представляется важным положение о том, что концепт как единица структурированного знания имеет определенную, но нежёсткую организацию (Воркачев 2005; Маслова 2006). «Концепты как интерпретаторы смыслов все время поддаются дальнейшему уточнению и модификациям» (Маслова 2006: 51) и, являясь частью концептуальной системы, попадают под влияние других концептов и сами видоизменяются, меняется объем их содержания (Там же). Другими словами, концепт не постоянен, он вариативен (Воркачев 2005).

Анализируя телеономные концепты, С.Г. Воркачев рассматривает вариативность на образном уровне моделирования концепта, на основе признака, по которому ассоциативная связь абстрактного имени соотносится с предметным образом. Механизмы вариативности заложены в форме ассоциативных связей, таких как метонимия, метафора, прецедентность, синонимия и т.д. (Там же: 19).

Изучая президентские теледебаты, Ю.М. Иванова показывает, что в медиадискурсе предвыборной кампании модификации подвергаются не только образный компонент, но и другие составляющие концепта – ценностный и понятийный. Соответственно, исследователь выделяет тактики категоризации, метафоризации и ценностной ориентации, направленные на модифицирование составляющих концептов (Иванова 2003).

Функция сатирической картины мира, как и общей концептуальной картины мира, интерпретативная. Однако в сатирической картине мира интерпретация осуществляется посредством карнавальной репрезентации фактуальной информации и переакцентуации ценностей. Переосмысление ценностей занимает ключевую

позицию в смеховой картине мира политики и имеет место и сопровождает процесс карнавализации концептов (см. раздел 2.4.2).

2.3. Когнитивно-информационные категории жанра «фельетон»

2.3.1. Категория «событие»

В основе жанра политического фельетона лежат такие когнитивно-информационные категории, как «событие», «проблема» и «концепция».

Первичная вербализация события имеет место в информационных жанрах СМИ, представляющих фрагмент действительности в наиболее объективном ключе, например, в новостном сообщении. Однако и на данном уровне первичной репрезентации события в СМИ можно говорить об определенном моделировании действительности путем отбора событий и выбора ракурса их освещения. В фельетоне событие подвергается вторичной репрезентации, в результате чего оно интерпретируется автором с учетом своих идеологических установок с целью воздействия на массового адресата путем дискредитации и осмеяния оппонента. Мы исходим из допущения того, что содержание фельетонов в принципе складывается из тех же информационных единиц, что и содержание новостных сообщений, однако при этом имеет место смеховая трансформация картины мира политики.

По мнению А.В. Олянич (2004), массово-информационный тип дискурса тесно связан с ценностным знанием, т.е. характеризуется аксиологической природой и базируется на трех когнитивно-информационных составляющих – фактической, событийной и новостной, которые тесно соприкасаются и пересекаются друг с другом. Ключевыми категориями данного вида дискурса являются «факт», «событие» и «новость».

Политический фельетон оперирует как категорией «факт», так и категориями «событие». Категория «новость» для политического фельетона нерелевантна, поскольку, будучи вторичным жанром, он представляет собой реакцию сатирика на уже известные читателю события, освещенные в новостных блоках, репортажах, интервью. Таким образом, новость, анализируемая в фельетоне уже как известное событие, теряет свою основную характеристику – новизну.

Политические события отличаются от событий бытовой или личностной сферы, событий культурной жизни. С определенной долей уверенности можно утверждать, что политические события носят коммуникативный характер, так как коммуникативная сторона присутствует в этой сфере деятельности наиболее выражено и «совокупность действий политиков практически сводится к речи и речевым действиям» (Шейгал 2004: 240). Коммуникативные события, по мнению Т.А. ван Дейка, подразделяются на сложные, т.е. состоящие из мелких, и простые, далее более неделимые события (Дейк 1989). Сложные события, согласно выделенным В.Г. Гольдиным критериям, характеризуются как события: 1) маркированные как явления общественного характера; 2) планируемые; 3) контролируемые; 4) специально организуемые и назначаемые на определенное время (Гольдин 1997). Сложные коммуникативные события влекут за собой цепочку коммуникативных событий респонсивного характера, образуя, таким образом, нарративное пространство политического дискурса, сверткст (Шейгал 2004; Кочкин 2003).

Представляется возможным разграничить фельетоны по способу указания на событие. Можно выделить фельетоны, в которых событие представлено эксплицитно, как, например, в фельетоне «Повальное жлобство», в котором анализируется событие:

53) *«переселения семьи из домика в Бутово трехкомнатную квартиру (метров, скажем, в 50)»* или *«конфликт добродетельных московских властей с недостойными жителями Южного Бутова»* (СР. 2006. 27 июня).

Помимо эксплицитного способа указания на события, можно выделить группу фельетонов, в которых автор предлагает факт и последующий за ним сатирический комментарий, однако событие в тексте не называется. Событие в фельетоне представлено имплицитно в виде подтекстовой информации, но оно, как правило, выводимо, и читателю, следящему за политической ситуацией, нетрудно восстановить событие, о котором идет речь.

(54) *«На канале РТР решили порадовать зрителей статьёй из ‘Таймс’, содержащей в себе критические отзывы о любви правительства Её Величества к Б.А. Березовскому, и для пущей наглядности смонтировали текст статьи с таймовским штигелем – причем устаревшим, нынче верстка новая»* (Изв.2007. 3

авг.). Далее автор дает объяснение данному факту как элементарной технической накладке:

(55) «...поступил запрос спешно (в новостной службе всегда все спешно – на охоту ехать, собак кормить) сделать заставку, отдел компьютерной графики совокупил старый макет первой полосы с новым текстом». Следующим этапом в процессе подведения читателя к необходимой версии интерпретации события является уточнение изменения статуса «качественного» издания «Таймс»:

(56) «...“Таймс”, которая в последнее время пишет такое, что хоть стой, хоть падай, и по которой не проезжался только ленивый, теперь благодаря отделу компьютерной графики РТР полностью реабилитирована в своей правдивости, представ жертвой тоталитарной фальсификации». Событие, о котором идет речь, можно сформулировать как заявления о фальсификации информации и подтасовке фактов, используемых российскими СМИ.

Фельетон, являясь респонсивным жанром, представляет вторичную репрезентацию событий и фактов, при подборе и вербализации которых осуществляется моделирование картины мира адресата. Событие и факт являются основной информационной единицей жанра «фельетон», при анализе которой обозначается проблема.

2.3.2. Категория «проблема»

Проблема возникает как следствие политических событий, деятельности политиков. Проблема понимается как сложный вопрос, задача, требующие разрешения (БСЭ; СЭС; ТСРЯ).

При создании фельетона автор преследует цель обратить внимание читателя на ряд общественно значимых явлений, политических тенденций, вскрыть несоответствия между декларируемыми политическими доктринами и действиями политиков, выявить первопричину и возможные негативные последствия тех или иных политических событий.

Фельетонист стремится обнаружить проблемные зоны, которые так или иначе проявляются в анализируемом событии. Можно заключить, что центральное место в политическом фельетоне занимает проблема. Поднимаемая автором проблема

представляет собой объект сатиры, на который направлена критика фельетониста. Объектом сатиры, как известно, являются социальные пороки общества. В качестве объекта политической сатиры выступает результат деятельности политических институтов и их представителей, расцениваемый сатириком как негативный и влекущий за собой деструктивные изменения в стране.

Рассматривая современный политический фельетон, можно констатировать, что проблема, поднимаемая в нем, анализируется и через когнитивно-информационную категорию «факт», и через категорию «событие». Факты в фельетоне конкретизируют событие, для иллюстрации одного и того же события может быть предложено несколько фактов. Например:

(57) *«Мэр Москвы Ю. Лужков высказал наконец все, что думает о поведении жителей Южного Бутова, не желающих переселяться на условиях московских властей. Многим показалось, что высказался он в сердцах, заявив, что власти не будут терпеть жлобства указанных жителей»* (СР. 2006. 27 июня).

Факт комментария московским мэром позиции жителей Южного Бутова является одним из звеньев события скандального переселения жителей из собственных домовладений в предложенное властями жильё. Затем автор констатирует еще один факт: подорожание жизни в Москве:

(58) *«Гораздо меньше были замечены результаты глобального обзора фирмой Mercer, согласно которому Лондон только что уступил Москве титул самого дорогостоящего города Европы. Жизнь в Москве ныне на 12% дороже, чем в Лондоне, и почти на 25% дороже, чем в Нью-Йорке. <...> эта фирма утверждает, что “за перемещением Москвы с 4-го места в прошлом году на 1-ое место стоят резко растущие цены на недвижимость”»* .

Как факт недостойного высказывания политика, так и факт подорожания жизни в столице рассматриваются фельетонистом как разные признаки, характеризующие одно событие. С одной стороны, приводя высказывание политика, автор далее указывает на личную заинтересованность московских властей в скорейшем освобождении дорогой земли:

(59) *«...150 тысяч – тому, 150 – этому.<...> Бешеные деньги получаются! А они уже в предварительном порядке “распилены”»*. С другой стороны, приводя статистические данные роста цен в крупнейших столицах мира, журналист обращает

внимание читателя на то, что переселение необходимо в связи с резким удорожанием стоимости недвижимости. Переселение становится выгодным, т. к. освободившаяся площадь будет отдана под застройку и затем продана по рыночной цене. Освещая событие переселения жителей Южного Бутова, фельетонист дает ему новую интерпретацию. Автор поднимает проблему коррупционированности, недобросовестности властей, предлагающих явно неравноценную замену имеющегося жилья в Бутово на малометражные квартиры:

(60) *«Если раньше, чтобы переселить семью из домика в Бутово в трехкомнатную квартиру (метров, скажем, в 50), нужно было выложить 50 тысяч долларов, то теперь точно такая же квартира стоит 150 тысяч.<...> Ну как после этого назвать людей, желающих жить не в однокомнатной (тогда и в 50 тысяч можно было бы уложиться), а непременно в трехкомнатной квартире? (Все почему-то хотят жить как люди!) Чистое жлобство!».*

По нашим данным, подавляющее число фельетонов ставит во главу угла событие, проанализировав которое автор формулирует проблему, т.е. обозначает социально-политическое зло, к которому необходимо привлечь общественное внимание, и лишь незначительная часть фельетонов обращается к глубинному уровню, минуя эксплицитный.

Примером может служить фельетон К. Цукера *«Непростая совокупность»*, опубликованный в журнале *«Крокодил»*. Фельетон начинается подзаголовком *«Суверенной демократией охвачено только 30% России. Остальное – лес»* и представляет собой развернутую метафору леса и его обитателей, где лес воплощает образ народа, основной массы населения, не способной к собственному анализу, интерпретации преподносимых событий.

(61) *«Как ни крути, а семьдесят процентов зеленых насаждений – ужасающее знание. В переводе на язык сухих цифр оно означает, что позитивными переменами – развитием суверенной демократии, борьбой с простатитом, процессом вступления в ВТО, обсуждением телепередачи “Звезды на льду” и даже укреплением властной вертикали – охвачено только 30 % страны. На остальных семидесяти закон – тайга»* (Крокодил. 2007. №1). Проблема, высмеиваемый общественный порок – косность населения, равнодушие к происходящим политическим переменам, пассивность, отсутствие готовности принимать решения (ходить на выборы) и,

следовательно, нести за свои решения ответственность. Данный фельетон является примером исключительных случаев, которые все же не противоречат канонам жанра «фельетон», поскольку последний представляет собой публицистический жанр с художественным началом.

Фельетон может быть сфокусирован на одной или нескольких проблемах. В фельетоне *«Телеуправление телереальностью»* (ЛГ. 2006. 3 сент.) сатирик акцентирует внимание на следующих проблемах:

а) представление средствами массовой информации смоделированной фантомной реальности посредством определенных «картинок» и комментариев:

(62) *«По телевизору – очередное заседание правительства. На экране проблемы берут под таинственный особый контроль. Высвечивают подробности работы министров. О чем говорят. Как и кому улыбаются. Если кто-то о чем-то не догадался – комментарии. По десятку на каждого члена правительства»;* *«В армии чудесным образом исчезла дедовщина. Сообщений в СМИ об этом нет. Значит, нет и на самом деле».* Фельетонист критикует современные СМИ за навязывание адресату готовых суждений и оценок, намеренное формирование мировоззрения посредством многочисленных комментариев;

б) зависимость кабинета министров от Верховного Главнокомандующего, отсутствие у чиновников собственной позиции и воли:

(63) *«Правительство обсуждает нанотехнологии. Говорит об этом в основном Михаил Фрадков, так как, по его словам, половина присутствующих в зале членов правительства и не слышала о новинке. Все молча соглашаются или молча возражают».* В приведенном примере сатирик разоблачает и высмеивает зависимость и недееспособность чиновников высшего уровня.

Рассматривая функционирование в тексте фельетона когнитивно-информационных категорий «событие» и «проблема», можно выделить два основных принципа построения политического фельетона. Согласно первому принципу, идеи фельетона развиваются от фактуальной информации к концептуальной (от факта/события к проблеме). Второй принцип построен на развитии от концептуальной информации к фактуальной (от проблемы к факту/событию). Оба принципа используются фельетонистами в равной степени.

В качестве примера первого принципа построения фельетона от факта/события к проблеме можно привести фельетон А. Шишкова «Ода русскому коммунизму» (ДзД. 2004. 12 нояб.). Автор начинает фельетон с введения читателя в курс статьи:

(64) *«Канун ноябрьских праздников отмечен двумя событиями. Первое – появление законопроекта о грядущем переносе даты празднования с 7-го на 4-ое. Второе – открывшаяся выставка волгоградского художника Михаила Серебрякова в Доме литераторов».* Анализируя события, автор формулирует проблему – манипулирование чиновниками идеями коммунизма в целях достижения власти или личного обогащения.

Что касается второго принципа построения фельетона, то сначала автор формулирует проблему, ставит её перед читателем, заставляя задумываться, а затем подтверждает её актуальность и злободневность действительными фактами или информацией о конкретных событиях:

(65) *«У любой революции, как у всякой болезни, есть свои симптомы. На больничной койке – общество, нация, государство. В качестве специалистов по симптоматике — политологи. Собрание разноцветных деятелей общественно-политического здравоохранения в белых халатах соглашается: перед нами опухоль. Далее халаты сбрасываются, начинается политика, возникают разногласия на предмет того, доброкачественная это опухоль или злокачественная, и вопрос о симптомах отходит на второй план, тушуетя. В горячке битвы за власть о симптомах вообще никто не вспомнит. Лечение пойдет методом революционной целесообразности. И процесс неотвратно двинется к летальному исходу. Хорошо, что мы пока на этапе обнаружения российских революционных симптомов, их изучения. У нас еще есть шанс»* (Завтра. 2005. 6 апр.). Автор сразу формулирует проблему: разрушительные действия властей, приводящие страну к революционной ситуации. Затем по ходу фельетона автор подкрепляет правильность постановки проблемы подбором и анализом фактов и событий и:

(66) *«А вот в Башкирии уже приступили к репетиции цветной революции», «Дагестан, Карачаево-Черкесия кишат боевиками», «А недавние выступления льготников в России»* т.д. Апелляция к событиям и фактам в фельетоне представляет собой доказательную базу для сформулированной проблемы и выводимой из неё концепции.

2.3.3. Категория «концепция»

Проблема тесно связана с концепцией, выражающей авторский взгляд на проблему. Формирование концепции автора фельетона происходит в рамках той или иной идеологической направленности издания, от которого выступает сатирик. Поскольку фельетон является оппозиционным жанром, то в рамках освещаемого фельетонистом события выбирается аспект, который наиболее выгодно, с точки зрения оппозиционной установки фельетониста, можно представить в негативной интерпретации, с учетом которой и формулируется проблема. Например, событие, связанное с тем, что президент возглавил предвыборный список кандидатов в Думу от партии «Единая Россия», должно быть интерпретировано фельетонистами как негативное, чтобы помешать партии получить еще большее количество голосов в Думе. В связи с этим внимание журналистов сконцентрировалось на формулировании и аргументации идей угрозы демократическим ценностям и возврата к тоталитарному управлению государством.

Таким образом, проблема фельетона формулируется, исходя из идеологических установок журналиста и издания: отклонение от демократического курса, формирование однопартийной системы в Думе.

(67) *«Вы вернули гимн, однопартийную систему, назначение наместников и даже комсомол»* (МК. 2007. 8 окт.). Концепция автора представляет собой расширенный, обобщенный взгляд на проблему: все действия президента ведут к формированию единоличного управления государством:

(68) *«Все эти блистательные удары для чего? Похоже, для удержания личной власти»* (МК. 2007. 8 окт.).

Проблема по отношению к концепции представляет собой более частное проявление последней. В рамках одной и той же концепции может быть сформулирован ряд однотипных проблем.

Концепция и концептуальная информация соотносятся как общее и частное. Концептуальная информация как текстовая категория, выражающая индивидуально-авторское понимание, творческое переосмысление анализируемых событий и фактов, представляет собой частную характеристику определенного фельетона, в то время как концепция является идеологической позицией адресанта, в рамках которой

формулируется проблема, задаются концептуальная информация, модальность и интерпретация текста.

В рамках концепции оппозиции правящей власти может быть сформулирована концептуальная информация «все действия президента направлены на удержание личной власти». В рамках этой же концепции выделяются проблемы формирования однопартийной системы, создания пропрезидентской партии и молодежного движения «Наши», выбора преемника, неопределенности программы «План Путина» и т.д.

Как правило, и проблема и концепция выражены в фельетоне эксплицитно. Проблема формулируется в начале фельетона: в случае, если речь идет о фокусировке на нескольких проблемах, основная указывается в интродуктивном блоке текста, остальные могут быть представлены в основной части фельетона. Постановка проблемы, как правило, основана на анализе событий и фактов действительности, которые носят злободневный социально-политический характер. Концепция, как правило, находит отражение в заголовке фельетона и суммируется в заключительном блоке, образуя, таким образом, эксплицитную концептуальную рамку фельетона.

2.4. Механизм сатирической трансформации информации в жанре политического фельетона

Как показал анализ материала, содержание политического фельетона в принципе составляют те же информационные единицы, которые фигурируют в новостных жанрах. Вместе с тем эта «первичная» «новостная» информация при переносе в жанр фельетона подвергается определенной когнитивной обработке, в результате которой и образуется специфическая сатирическая картина мира.

Исходя из этого допущения, мы выработали методику выявления механизмов информационной трансформации сообщения из жанра новости в жанр фельетона. В основе методики – сопоставление событий и фактов политического фельетона с теми же событиями и фактами в новостных сообщениях, выделение основных информационных единиц и их сопоставление. Такой подход позволяет выявить, какие единицы информации остаются неизменными, какие сопровождаются смысловыми приращениями или, наоборот, нейтрализуются или «вычеркиваются».

В нашем материале было выявлено два направления сатирической трансформации информации: рекомбинация концептов и карнавализация концептов.

2.4.1. Рекомбинация концептов

В смеховой картине мира, также как и в «серьезной», отражаются субъекты политической коммуникации, результат их деятельности, события, наполняющие политическую действительность, однако это отражение представлено в ином ракурсе. Сатирическая картина мира является результатом специфической интерпретации действительности, вследствие которой концепты политического дискурса представлены в сатирической картине мира в трансформированном виде.

Для выявления сути данной трансформации воспользуемся понятием «рекомбинация», введенным в работе А.В. Олянича.

Анализируя воздействующую функцию массово-информационного дискурса, А.В. Олянич рассматривает процесс рекомбинации смыслового содержания концептов как механизм их реинтерпретации. «Для того, чтобы нацию развернуть в нужном идеологическом направлении, ей предлагаются новые интерпретации базовых концептов ...» (Олянич 2004:76). Суть рекомбинации, в понимании А.В. Олянича, сводится к изменению соотношения между понятийной и прагматической составляющей: «Как представляется, в информационный процесс СМИ вовлекаются концепты в *рекомбинированном* смысловом содержании, минимизируя их когнитивную составляющую (содержание концепта, закрепленное в общечеловеческом представлении – сознании) и гиперболизируя их прагматическую (эмотивно-оценочную) сущность» (Там же).

Одним из направлений рекомбинации концептов является комическая интерпретация действительности.

В данной работе мы ставим задачу уточнить суть процесса рекомбинации, используя описанную выше (на стр. 95) методику сопоставления репрезентации концептов в жанрах новости и фельетона.

Событие является основным структурно-информационным элементом жанра новостного сообщения и одним из структурно-информационных элементов жанра «фельетон». В новостной репрезентации освещаются практически все компоненты

события: хронотоп, основные и второстепенные участники, их действия и результаты действий, предыстория освещаемого события, причины и последствия события (Дейк 1989).

В сатирической картине мира при трансформации новостного сообщения в сатирическую информационную категорию «событие» подвергается когнитивной обработке, которой соответствует ряд ментальных процессов, таких как редукция, фокусировка, переакцентуация, гиперболизация. Рассмотрим выделенные процессы более детально.

В результате **редукции событийного содержания** событие представляется в сатирической картине мира в неполном варианте с опущением некоторых компонентов (например, хронотопа, второстепенных участников и их действий, режиссуры – предыстории события). Некоторые компоненты, такие как действия основных участников, претерпевают изменения вследствие генерализации и общего снижения информативной насыщенности.

Так, в информационном сообщении (69) информация о возобновлении стратегических полетов представлена следующим образом:

(69) *«17 августа в 00:00 с семи российских аэродромов в разных частях страны в воздух подняты **стратегические ракетноносцы, самолеты обеспечения, заправщики**. Боевое дежурство уже началось, в нем участвуют 20 стратегических ракетноносцев, с сегодняшнего дня дежурство будет осуществляться на регулярной основе. Оно носит стратегический характер, подчеркнул президент. Уже поднявшиеся в воздух самолеты пробудут в воздухе 20 часов с дозаправкой, во взаимодействии с Военно-Морским флотом»* (<http://newsru.com>).

В фельетоне данная информация интерпретируется таким образом:

(70) *«До этого мы уже возобновили мониторинг воздушного пространства. Большие тяжелые **бомбардировщики Bear и Blackjack** возобновили полеты по бескрайним воздушным просторам. Дальняя разведка осуществляется отныне непрерывно»* (МН. 2007. 20 дек.).

В приведенном примере наблюдается редукция фактуальной информации. В новостном сообщении стратегические полеты выполняются *ракетноносцами, самолетами обеспечения, заправщиками*, в то время как в фельетоне представлен только один тип самолетов стратегической авиации – *бомбардировщики*. Ракетоносец

является типом бомбардировщика, однако обращение к лексеме *бомбардировщик* фокусирует внимание читателя на значении бомбовых ударов, что, в свою очередь, работает на концептуальную идею фельетониста.

В качестве иллюстрации явления редукции приведем пример освещения события ареста Министра обороны Грузии И.Г. Окруашвили, представленное в информационном сообщении и тексте фельетона. В новостном сообщении данное событие находит следующее отражение:

(71) *«В конце сентября Окруашвили выступил в телеэфире с обвинениями в адрес высшего руководства страны. В частности, обвинил президента Грузии Михаила Саакашвили в попытке физического устранения бизнесмена Бадри Патаркацишвили, членов семьи президента – в коррупции и вымогательстве.*

Спустя два дня после заявления Окруашвили был арестован и обвинен в вымогательстве, служебной халатности, превышении должностных полномочий и отмывании денег.

На допросе Окруашвили полностью отказался от своих слов и частично признал себя виновным в предъявленных ему обвинениях. После заключения процессуальной сделки Окруашвили был освобожден под залог до суда за 6 миллионов долларов» (РАИ-Новости <http://rian.ru>).

В сатирической картине мира событие интерпретируется следующим образом:

(72) *«Благополучно завершилась история с бывшим главой МВД, а затем МО Грузии И.Г. Окруашвили, который изрыгнул ужасные хулы на президента М.Н. Саакашвили, вслед за этим был помещен в изолятор для особо опасных преступников, там сознался под телекамеру, что хулы были неосновательные, после чего за сходную сумму в 6 млн ам. долл. был выпущен на волю» (Изв. 2007. 13 окт.).* В данном примере явление редукции находит отражение в презентации двух эпизодов анализируемого сообщения. В первом случае посредством использования книжного *изрыгать хулы* редуцируется информация об обвинениях, выдвинутых И.Г. Окруашвили против высшего руководства Грузии, в частности, Президента М.Н. Саакашвили *в попытке физического устранения бизнесмена Бадри Патаркацишвили, членов семьи президента – в коррупции и вымогательстве.* Во втором случае редукции подвергается информация о причинах последующего ареста И.Г.

Окруашили – в фельетоне находят отражение сам факт ареста и тяжесть предъявленных обвинений – *изолятор для особо опасных преступников*.

Процесс **переакцентуации и фокусировки** заключается в том, что эпизоды и компоненты события, занимавшие центральное место в новостном сообщении, уходят в фельетоне на второй план, уступая место менее значимым для новости аспектам. Фокусировка на том или ином фрагменте события (как правило, интерпретируемом сатириком как негативный) определяется концепцией автора и поднимаемой проблематикой.

В фельетоне, анализирующем событие, связанное с решением Президента В.В. Путина возглавить предвыборный список партии «Единая Россия», акцентируется внимание на выступлении на съезде партии представителя народа Е. Лакшиной.

В информационных текстах сообщается, что (74) *«делегат съезда ткачиха из Ивановской области Е. Лакина призвала Владимира Путина остаться президентом России и после 2008 г., отметила, что закон о президентском сроке можно изменить»* ([http://:newsru.com](http://newsru.com)).

В фельетоне данная информация находит следующее отражение:

(73) *«Когда из зала высокого собрания поднимался на трибуну представитель простого народа (ткачиха, например, или сталевар) и споро читал по бумажке заранее написанные и утвержденные начальниками этого собрания просьбы и пожелания от имени трудящихся масс, еще 40 лет назад хватало.... Правда, тогда ткачихи не только речи зачитывали, но и ткали, а сталевары сталь варили, а нынче это без надобности!»* (СР. 2007. 6 окт.).

В данном примере наблюдается переакцентуация с сути заявления Е.Лакшиной (*призвала Владимира Путина остаться президентом России и после 2008 г.*) на образ действия (*споро читал по бумажке заранее написанные и утвержденные начальниками*).

Гиперболизация негативных аспектов события, подвергшихся фокусировке, состоит в акцентировании и преувеличении отдельных признаков и характеристик событий и политических деятелей. В результате гиперболизации наблюдается искажение реальной действительности, поскольку происходит смещение внимания адресата в сторону преувеличиваемых негативных характеристик объекта. Таким образом, определенные аспекты и элементы событий или личностных характеристик

выходят на передний план, создавая новую «картинку» реальности. В сатирической картине мира политики гиперболизации подвергаются детали или второстепенные эпизоды события, не поощряемые обществом, отрицательные (или интерпретированные как отрицательные) привычки, действия или образ действий участников политической коммуникации.

(74) *«Твердохарактерные молодые **питерцы** провоцируют народ, уязвляют его, насилуют своими реформами. Это вам не твердость Столыпина, дававшего народу льготы и землю, а **твердость маньяков монетизации, влюбленных в рынок, как в светлое будущее всего человечества**»* (Завтра. 2005. 9 марта).

В данном примере эксплицируется одна из образных характеристик концепта «президент» – сильная власть. Власть, чтобы быть действенной, по определению, должна быть твердой. Однако апелляция к прецедентному имени (Столыпин как символ выдающегося русского реформатора, несущего благо своему народу) в противопоставлении представителям нынешней власти (метонимия *питерцы* как знак президентской команды) нейтрализует данную ценностную характеристику. Благодаря гиперболизации этой «твердости» до абсурда (*маньяк у власти*) происходит реверсия ценностей, а аллюзия к идеологическим штампам советской эпохи (*светлое будущее всего человечества*) акцентирует идею насильственного навязывания реформ народу-страдальцу, которые лишь ухудшают уровень жизни.

Рассмотрим взаимодействие выявленных механизмов рекомбинации на примере целого текста – фельетона, посвященного визиту российского президента в США для встречи с американским президентом и обсуждения значимых международных вопросов в неформальной обстановке *«Сезон политической кухни»* (МН. 2007. 14 сент.).

Основные участники события в новостных текстах: *президенты, действующие лидеры США и России, российский президент или глава Российского государства Владимир Путин, и его американский коллега, президент Джордж Буш, Буш-младший, хозяин Белого дома, республиканец.*

Основные участники, в отличие от второстепенных, задействованы на всех этапах репрезентируемого события.

В фельетоне основные участники события представлены следующим образом: *визитеры, родные близкие люди, «хромые утки», «крошка Буш», клан Бушей, друг Джордж, ВВП, опытный кондитер.*

Второстепенные участники в новостном сообщении: *Бывший глава Белого дома, Джордж Буш-старший, члены официальной делегации; первая леди США, Лора Буш, госсекретарь США Кондолиза Райс; главы внешнеполитических ведомств обеих стран; мать Барбара.*

При репрезентации данного события в фельетоне среди второстепенных участников отмечены только *Барбара-мать/мама Барбара, папа Джордж.* Информация, охватывающая второстепенных действующих лиц, в сатирической картине мира не представлена.

Ироничные номинации *родные близкие люди, друг Джордж, «крошка Буш»,* несмотря на внешне дружественный характер встречи, в действительности вскрывают сложный характер взаимоотношений между США и Россией, о чем свидетельствуют как сообщения о предыстории визита из новостных текстов, так и комментарии фельетониста на этот счет:

(75)«*Возник вопрос, а не хотят ли они съесть друг друга? Да, вопрос о том, кто, кого съест, или, как говорил незабвенный Никита Сергеевич Хрущев, кто, кого закопает, до сих пор остается открытым.*». Приведенная аллюзия характеризует сущность российско-американских отношений как продолжение таких же напряженных отношений, как во времена «холодной» войны, с той лишь разницей, что современные лидеры государств совершают дружественные визиты.

В высказывании (76) «*Сам ВВП, как опытный кондитер, украсил блюда сладким кремом обещаний*», во-первых, в аббревиатурном сокращении содержится аллюзия к прецедентным высказываниям президента о необходимости *удвоить ВВП*, что является частью его программы. Во-вторых, представление президента в образе *опытного кондитера* является элементом развернутой метафоры, в духе которой написан фельетон «*Сезон политической кухни*» Метафора *опытный кондитер* моделирует концепт «президент» на уровне образного компонента.

Время/место события, обозначенное в новости, как *в воскресенье, минувшей ночью, Кеннебанкпорт (штат Мэн), родовое/фамильное поместье Бушей на Атлантическом побережье, поместье семьи Буш Уокер-Пойнт, резиденция бывшего*

президента США Джорджа Буша-старшего, «Летний Белый Дом», в фельетоне представлено как не так давно, родительский дом, родовое гнездо Бушей, в результате чего стирается информация о точном времени и местоположении поместья и его названии.

Из приведенных примеров становится ясно, что новость появилась в прессе оперативно. Подробное описание места действия свидетельствует о неординарности события и высоком статусе гостя.

В фельетоне хронотоп события представлен в редуцированном виде. В примере (77) *«поездка Путина в родовое гнездо Буша»* фельетонист фокусируется на факте проведения встречи в семейной резиденции Бушей, *родовое/фамильное поместье* заменяется в сатирической картине на *родовое гнездо*, вызывающее ассоциацию с *дворянским гнездом*. Номинации *клан Бушей, крошка Буш, папа Джордж, мама Барбара* свидетельствуют о снижении статуса, переключении регистра с официального на разговорный.

Действия основных участников в новостных сообщениях представлены очень широко: Их можно разделить на 1) действия, нацеленные на установление контакта: *Джордж Буш предложил осмотреть поместье, небольшая пешая прогулка, хозяева предложили выйти в море на лодке, совместный ужин, Путину предложили отведать знаменитых омаров;*

и 2) действия, определяющие официальный статус встречи и направленные на решение значимых, неоднократно поднимаемых ранее вопросов международной политики:

(78) *а) продолжение разговоров о целесообразности размещения американской системы ПРО в Чехии и Польше; б) разговор об альтернативном предложении по совместному использованию РЛС Габала в Азербайджане; г) вопрос о Договоре о сокращении и нераспространении стратегических наступательных вооружений; д) вопросы об инициативах по созданию международных центров по обогащению урана; е) вопрос будущего Косово; ж) обострение внутренней ситуации в Палестине.*

Действия участников события, отраженного в фельетоне, также как и в случае с новостными сообщениями, можно разделить на: 1) *контактоустанавливающие – встретились, почеломкались, закусили, чем бог послал, сплавали на черном катере,*

поцелуями в щечки обменялись и 2) собственно профессионально-политические – *за трапезой между двумя лобстерами произошёл ценный обмен мнениями*. В сатирической картине мира политики наблюдается переакцентуация с основных профессионально-политических действий субъектов на второстепенные. Таким образом, с одной стороны, имеет место фокусировка на второстепенных действиях участников события и гиперболизация их значимости, с другой стороны, основные действия участников подвергаются редукции.

Наличие одинаковой системы представления анализируемого события в два этапа в жанре новости и в фельетоне подтверждает вторичность последнего по отношению к жанру новости.

(79) *«Не так давно опять **встретились** родные, близкие люди, **почеломкались, закусили**, чем бог послал. В этот день бог послал семье Бушей и примкнувшему к ним Владимиру Путину лобстеров, филе рыбы-меч, сырные лепёшки и черничный пирог. **Сплавали** они также к Барбаре – матери на черном катере.<...> **И поцелуями в щечки визитеры обменялись** настолько сладкими, что возник вопрос: а не хотят ли они съесть друг друга?»*.

В данном случае наблюдается воздействие на понятийный уровень концепта «президент», где ядерные признаки данного концепта – высшее государственное лицо, выполняющее политические функции и управляющее государством, заменяются образом обывателя.

В результате переакцентуации и фокусировки на второстепенных действиях субъектов собственно политические функции президентов освещаются в фельетоне только дважды:

(80) *«Но за трапезой между двумя лобстерами **произошёл ценный обмен мнениями**. С нашей стороны ранее **предлагались следующие блюда: сладкие, и горькие** <...> **Горьких** было больше, но и после сладкого предложения отказаться от своих агрессивных ПРО-планов в отношении Восточной Европы на предыдущей встрече у Буша, как известно, заболел живот»*.

Ироничное *ценный* имплицитно подразумевает бессмысленность переговоров, воздействуя на понятийный компонент концепта «президент» – признак «политические функции президента». Посредством метафорических сравнений *горький* и *сладкий* по отношению к аспектам политических переговоров происходит

перенос признаков этих прилагательных, создающих отрицательные и положительные образы обсуждаемых вопросов соответственно.

(81) *«Наши кулинары быстро приготовили еще одно блюдо в виде возможности использовать новую радиолокационную станцию на юге России для американской ПРО с гарниром в виде командного центра в Москве и Брюсселе. Друг Джордж попробовал и сказал, что это очень вкусно и оригинально. Но есть все равно не стал»*. В данном примере посредством метафорического моделирования фельетонист снова актуализирует сферу гастрономической метафоры: предложение российского президента о переносе систем американских ПРО на юг России представляется фельетонистом как наскоро приготовленное блюдо. Выслушав поступившее предложение, американский президент не дал ответа.

При освещении действий основных участников имеют место акцентирование и гиперболизация деталей, таких как процедура встречи, перечень блюд, поданных на ужин, деталей времяпровождения и отдыха. Мы видим, что в фельетоне произошла переакцентуация на второстепенные аспекты события, в то время как значимые, соответственно, были отодвинуты на задний план. Даже единичные упоминания о политических действиях выдержаны в общем метафорическом «гастрономическом» ключе. Гастрономическая метафора нивелирует «серьезный» регистр сообщения, сводит информацию о встрече президентов к визиту частного лица с целью отдыха и развлечения.

Мини-сообщения о предыстории события в текстах новостей группируются на 1) сообщения, свидетельствующие о негативном настрое США против России и неготовности США на компромиссы по решению сложных вопросов:

(82) *«...еще на прошлой неделе пресс-секретарь администрации Буша Тони Сноу прямо заявил, что не стоит ждать от этой встречи “новых великих заявлений”»*;

2) сообщения, отражающие настроения и ожидания российской стороны накануне визита:

(83) *«...в России также понимают, что данный саммит не принесет никаких стратегических прорывов в российско-американских отношениях»*.

Для иллюстрации предыстории события в сатирической картине мира автор обращается к метафорическому образу *горькой пилюли*:

(84) *«Нам преподнесли гораздо больше **горьких пилюль**: и расширение НАТО, и противоракеты, и американские базы у братьев-славян, и повешение Саддама Хусейна, которого мы любили как родного, и санкции против Лукашенко, который нам ближе, чем родной».* Примечательно, что новостные сообщения информируют об эпизодах, связанных непосредственно с визитом российского президента в США, в то время как фельетонист обращается к более давним, не имеющим непосредственного отношения к освещаемому фрагменту действительности международным событиям. Ответственность за указанные события, повлекшие возникновение конфликтных международных ситуаций, фельетонист возлагает на США.

Следует отметить, что результат/последствия события отражены только в фельетонах, ни в одном из текстов новостей данный аспект не освещался. В отличие от жанра новостного сообщения, фельетон практически во всех случаях содержит элемент «результат/следствия» события. Данный компонент представляет собой смысловое приращение сатирической картины мира, отражающее концепцию автора.

(85) *«Во-первых, ему (Путину. – А.И.) удалось **поймать прекрасного морского окуня** в тридцать дюймов длиной».* В приведенном примере осмеянию подвергается неудача российского президента, не сумевшего добиться от встречи ожидаемого результата. Пример построен на эксплицитной фокусировке на результате удачной рыбалки, подменяющей такой понятийный признак концепта «президент», как профессионально-деловые качества, позволяющие осуществлять действия по управлению государством.

Итак, в сатирической картине мира в ходе переноса информации из информационно-новостного жанра в жанр фельетона сообщение претерпевает ряд изменений в результате редукции, переакцентуации/фокусировки и гиперболизации.

Усиление прагматической составляющей концепта связано с приращением дополнительных прагматических смыслов.

В следующем примере мы сопоставили текст информационного сообщения и фрагмент фельетона, репрезентирующие новость, чтобы определить долю смысловых приращений при трансформации сообщения из новости в фельетон.

(86) *«Председатель Совета Федерации Сергей Миронов начал направлять письма в законодательные собрания субъектов Федерации с просьбой провести совещания на тему изменения Конституции для продления срока пребывания главы*

государства на своем посту. Сразу же после переизбрания спикером Совета Федерации в пятницу Миронов выступил с инициативой увеличить срок полномочий президента РФ до пяти или семи лет и разрешить одному и тому же лицу занимать пост главы государства три срока подряд» (Изв. 2007. 2 апр.).

Данный фрагмент новостного сообщения стилистически нейтрален, представляет собой фактуальную информацию в чистом виде, при полном отсутствии подтекстовой и концептуальной информации.

В политическом фельетоне данная информация представлена уже в искаженном виде:

(87) «Переизбранный с туркменским счетом (единственная кандидатура, 156 “за”, 1 воздержался) на пост председателя СФ, С.М. Миронов в развитие туркменского колорита тут же предложил изменить ст.81 Конституции РФ. Срок полномочий увеличить “с четырех до пяти, а может быть, и семи лет”, а вместо нынешнего максимума в два срока подряд предложил три срока. <...> 21 год – это практически пожизненное президентство» (Изв. 2007. 3 апр.).

Автор статьи ставит под сомнение наличие демократического подхода к выборам председателя СФ – *туркменский счет*, и наличие выборов в целом – *единственная кандидатура*, т.е. правильность и законность назначения, а также в сатирической тональности выражает резко отрицательную позицию в отношении предложения председателя вносить изменения в Конституцию. Предлагаемый С.М. Мироновым срок интерпретируется фельетонистом как *пожизненный*, т.е. противоречащий принципам демократии, а ситуация в целом – *туркменским колоритом* Средней Азии, политические устои которой отличаются от российских и европейских. В целом данный фрагмент представляет собой аллюзию на прецедентную ситуацию проведения выборов в Туркменистане в 2007 г.

К стилистически- и эмоционально-нейтрально поданным в новостном тексте сообщениям: о переизбрании спикера РФ и поступившем от него предложении, журналист «наращивает» дополнительную информацию. Таким образом, содержательно-фактуальная информация в сатирической картине мира «обрастает» пятью дополнительными смыслами:

- 1) отсутствие выбора как такового;

- 2) отклонение от демократического подхода к процедуре организации выборов;
- 3) отклонение от выбранного народом и декларируемого властью демократического курса в целом;
- 4) указание на отрицательную оценку автором статьи относительно действий избранного спикера;
- 5) информирование читателя о личной точке зрения журналиста на существующий президентский срок как единственно оправданный.

Дополнительная информация, выходящая за пределы содержания новостного сообщения, возникает в фельетоне благодаря использованию аллюзии, вымысла, формулирования проблемы, ссылок на неофициальные источники, выражающие авторскую позицию журналиста.

(89) *«Смена Орлова на Потемкина в кровати Екатерины Второй никак не повлияла на положение мужичков. Только на благосостояние фаворита»* (МК. 2002. 23 окт.) Посредством исторической аллюзии фельетонист проводит аналогию с современной политической ситуацией смены президентской власти с Б.Н. Ельцина на В.В. Путина, которая, по мнению сатирика, способствует не улучшению положения народа, а достижению материальной выгоды нового президента.

(90) *«Все тихо-спокойно. Следим за планетой, разведываем, как, где, чего. И к Великобритании летаем, и к США. Вдруг что там не так? Вдруг понадобится пара русских ракет? Учебных, конечно. Вдруг наши самолеты нужны хотя бы в качестве мишеней?»* (МН. 2007. 20 дек.).

Приведенный пример носит характер вымысла: информационных сообщений в новостных текстах, соответствующих материалу фельетона, нами обнаружено не было. С помощью вымысла фельетонист порождает дополнительные прагматические смыслы: 1) о наличии учебных ракет на борту авиатехники, что, по мнению автора, является вымышленной, недостоверной информацией; 2) о том, что полеты осуществляются над территорией США и Великобритании, т.е. странами, отношения с которыми носят напряженный характер, и, следовательно, полеты, в направлении которых носят характер военной угрозы; 3) о недоверии фельетонистом версии, предлагаемой властью, относительно целей полетов; 4) о вероятности военного

вмешательства на территории указанных стран, 5) об уязвимости российских судов военной авиации.

Добавочные смыслы составляют смеховую картину мира политического фельетона и выражают её идеологическую направленность, которая является ведущей и определяет природу сатирической картины мира политики в фельетоне. Механизм рекомбинации концептов, включающий такие когнитивные операции, как редукция, переакцентуация и гиперболизация, сопровождаемые смысловыми приращениями, является ведущим при переносе информации из жанра новостного сообщения в жанр сатирической интерпретации «фельетон».

2.4.2. Карнавализация концептов

Ведущей стратегией при переносе информации из новостного жанра в жанр «фельетон» является карнавализация концептов как результат их рекомбинации. Под карнавализацией концептов мы понимаем комическое обыгрывание концептов, их перевод в область смехового. Карнавализация концептов, равно как и рекомбинация, находит свое отражение на всех уровнях модификации концепта – понятийном, образном и ценностном. Следовательно, есть основания предполагать, что в процессе карнавализации концептов задействованы тактики образной конкретизации, понятийной модификации и ценностной ориентации (термины Ю.М.Ивановой (2003)). Однако, как отмечалась ранее, рекомбинация основана на редукции понятийного компонента концепта при акцентировании и гиперболизации прагматической составляющей. Данный механизм лежит и в основе карнавализации концептов, которая, в свою очередь, основана на принципах комической интерпретации действительности.

В монографии С.Г. Воркачева карнавализация концептов рассматривается как разновидность вариативности концептов наряду с дискурсивной, онтологической и гендерной. «Можно полагать, что “смеховое отношение” к лингвоконцептам представляет собой в значительной мере их погружение в контекст своего рода “карнавализации” – временного ценностного обращения, когда высшее становится низшим и наоборот» (Воркачев 2005: 20).

Поскольку карнавализация предполагает обязательное «ценностное обращение», то модификация ценностной составляющей концептов выходит на первый план. Карнавализация мира политики в фельетоне нацелена на критику злободневных социальных пороков, уничижительное осмеяние отдельных политиков и их действий, а также властных институтов в целом.

Процесс карнавализации концептов неизменно влечет за собой реверсию ценностей, декларируемых субъектами политической коммуникации, оппозицию которым формирует автор фельетона (например, концепты новостного сообщения *демократия, демократический курс* в фельетоне превращаются в *демократию по-путински, спецуправляемую демократию*).

Политическая сатира базируется на тех же концептах, которые являются системообразующими для политического дискурса в целом. В политическом дискурсе выделяются три группы базовых концептов: политической онтологии (субъекты политики, политические системы), политической идеологии (политической ориентации) и политической аксиологии (Шейгал 2002). Все базовые концепты являются весьма значимыми для политического дискурса как объекты рефлексии: осмысления, интерпретации и оценивания. В зависимости от интенций говорящего один и тот же концепт может быть по-разному представлен в разных жанрах и типах общения.

Рассмотрим на конкретных примерах, как происходит рекомбинация смыслового содержания основных концептов политического дискурса, ведущая к их карнавализации.

В следующих новостных сообщениях отражается событие «прямая линия с президентом 2005»:

(91) *«Президент РФ Владимир Путин во вторник 27 сентября отвечал в прямом теле- и радиоэфире на вопросы россиян и соотечественников из-за рубежа. Прямой эфир начался в 12:00 и завершился в 14:54. За это время Владимир Путин успел ответить на 60 вопросов»* ([http://:newsru.com](http://newsru.com)).

(92) *«Всего Владимиру Путину пришло более миллиона вопросов, из которых 960 тысяч были заданы по телефону. Во время прямого эфира в call-центр пытались дозвониться 250 человек в секунду. На интернет-сайт пришло свыше 50 тысяч вопросов, а по SMS – более 100 тысяч. В 11 городах и поселках страны, а также в*

Риге (Латвия) "Первым каналом" и каналом "Россия" были организованы специальные площадки, на которых россияне могли задавать вопросы непосредственно в эфире. Всего Владимиру Путину было задано 26 "живых" вопросов. Для организации прямого включения в регионы завозилась специальная техника – например, в Грозный пришлось доставить более 2 тонн оборудования» (Изв. 2005. 28 сент.).

(93) *«Подавляющее большинство из них (вопросов – А.И.) касались проблем внутренней жизни государства, шесть - внешней политики. В прямом включении в телеэфир участвовали девять городов и одно село. Путин также ответил на восемь телефонных звонков, три вопроса, поступившие по Интернету, и на шесть вопросов, переданных через СМС-сообщения. Еще 18 вопросов президент отобрал сам» (РГ. 2005. 28 сент.).* В приведенных фрагментах информационных сообщений о событии «прямой линии 2005» концепт «президент» представлен нейтрально, с фокусировкой на деятельностном аспекте руководителя государства. В фельетоне данное событие отражается следующим образом:

(94) *«Непосредственное общение **владельцев особ со своими подданными** наблюдается на всем протяжении истории, однако опыт показывает, что беседы **царей, королей, президентов, олигархов etc. со своим добрым народом** было трудно в полной мере назвать прямой линией, линия всегда выходила несколько кривая. В том смысле, что народ оказывался **не только добрым, но и отчасти отобранным – и как раз по признаку доброты**» (Изв. 2005. 30 сент.).*

Как видно из приведенного примера, в сатирической картине мира произошло переключение тональности с серьезной на комическую за счет, во-первых, языковой игры (каламбура), в которой обыгрывается фразеологически связанное и свободное значение слова *прямой* (*прямая линия – кривая линия*). Во-вторых, комический эффект достигается посредством иронического обыгрывания прилагательного *добрый*: с одной стороны, *добрый народ* как языковое клише исторического повествования, с другой – *добрый*, т.е. *отобранный по признаку доброты*, имплицитно мыслит о специальном подборе для прямой линии аудитории, некритично настроенной к власти.

Компонент понятийной составляющей концепта «президент как руководитель демократического государства» замещается образом средневекового властителя,

единолично управляющего своими подданными, таким образом, наблюдается гиперболизация образной составляющей концепта «президент».

В качестве объекта критики выступает практика общения президента с народом. В сатирической картине мира акцентируется несоблюдение демократических практик, так как на встречи с президентом допускаются далеко не все желающие, а только тщательно отобранные и проверенные «представители народа». В результате карнавализации имплицитно выражается негативно-оценочное суждение о нарушении норм демократической власти (метафора кривой линии как символ несоблюдения демократических ценностей), таким образом, имеет место реверсия нормы (президент как руководитель демократического государства) и аномалии (президент – владетельная особа, народ – подданные) в восприятии политика.

(95) *«Сергей Миронов считает, что решение главы государства возглавить избирательный список “ЕР”, приведет эту партию к “очень высокому” результату. Вместе с тем, по его мнению, партия “ЕР” “как самостоятельная и независимая политическая сила, так и не состоялась и уже не состоится”»* (РГ. 2007. 2 окт.). Новостное сообщение информирует читателя о реакции лидера партии С.М. Миронова на решение Президента В.В. Путина возглавить список партии «Единая Россия».

В фельетоне данное событие находит следующее отражение:

(96) *«Главный сенатор разъяснения дал. Медведев, говорит, по-прежнему плохие, а хороший-хороший президент, да плохих возглавил, потому что хочет спасти медведей, которые без него ничего не стоят»* (СР. 2007. 6 окт.). В приведенном примере карнавализации подвергаются концепты «политик» (лидер партии «СР» М.С. Миронов) и «Единая Россия». Задача фельетонистов – дискредитировать в глазах электората президента и пропрезидентские партии «Единая Россия» и «Справедливая Россия». Пародирование детской речи (*плохие Медведев, хороший-хороший президент*) в интерпретации выступления лидера партии «Справедливая Россия» С.М. Миронова выступает как средство снижения официального властного статуса политика.

Специфика следующего примера заключается в переключении официального стиля на разговорный, т.е. в снижении коммуникативного регистра.

(97) *«Главный сенатор этот в последнее время все ахинею какую-то несет про социализм XXI века, хотя за льготный закон тоже голосовал. Какой социализм, если элементарные пособия пожилым и больным гражданам отменили – понятно! А потом и того хуже»* (СР. 2007. 6 окт.).

Снижение коммуникативного регистра на лексическом уровне достигается за счет использования сниженной лексики *нести ахинею*, заменой политического термина *Закон № 122 «О монетизации льгот»* парафразом на «бытовом» уровне *элементарные пособия пожилым и больным гражданам*. На синтаксическом уровне сигналом стилистического снижения регистра является употребление разговорных синтаксических конструкций: *Какой социализм, если..., – понятно! А потом и того хуже*.

Сниженная лексика в сочетании с терминологической номинацией *сенатор* приводит как к реверсии официального статуса политика, лидера партии, так и реверсии официально декларируемых ценностей. В программе партии «Справедливая Россия» речь идет о «справедливом распределении власти и ресурсов», в то время как руководитель партии голосует за 122-й закон, который расценивается автором фельетона как антисоциальный. Пафос данного фрагмента фельетона состоит в отрицании официально декларируемой ценности партии «Справедливая Россия» – социальной справедливости.

(98) *«Все это наводит на глубокие сомнения: да точно ли в Кремле засели силовики, как это нам без устали твердит прогрессивная общественность. Конечно, если понимать слово “силовик” как полный синоним слова “дуболом”, как героя военных анекдотов, тогда, возможно, и засели – наблюдаемой реальности это не противоречит.<...> Если в Кремле и засели силовики, то в высшей степени неисправные. Не то что до либеральных высот, но даже и до военно-полицейской квалификации здесь, как до Луны* (Изв. 2005. 18 янв.).

Гиперболизация оценочной составляющей концепта «правительство» в приведенном примере осуществляется через метаязыковую рефлексия по поводу внутренней формы политического термина *силовики* и ее соответствия реальному денотату. Сарказм фельетониста направлен, с одной стороны, на приверженность нынешнего президента бывшим соратникам – представителям силовых ведомств, а с другой стороны, на их полную профессиональную несостоятельность.

Данный пример демонстрирует реверсию нормы и аномалии в восприятии политического института. С одной стороны, переосмыслению подвергается термин *силовик*, который в фельетоне соотносится с гротескным образом *дуболома, героя военных анекдотов*, неадекватно применяющего силу. С другой стороны, посредством гиперболизации оценочной составляющей в фельетоне имплицитно выражается мысль о полной некомпетентности правительства: *если в Кремле и засели силовики, то в высшей степени неисправные. Не то что до либеральных высот, но даже и до военно-полицейской квалификации здесь как до Луны*. Таким образом, данный пример свидетельствует о снижении статуса политического института «правительство».

В следующем фрагменте сатирическая карнавализация концептов «власть» и «чиновники» основана на акцентировании антиценности «коррупция, взяточничество».

(99) *«За кремлевской стеной в трагические для России дни не слышат, как трещат территории, как назревает сокрушительный революционный взрыв, — там без устали интригуют и "пилят" деньги. Слышите, как в Кремле звенит "циркулярка"? — это "распиливают" очередной трани, берут взятку за назначение губернатора, спонсируют очередное дутое мероприятие»* (Завтра. 2005. 6 апр.).

Понятийный компонент «Кремль как топос российской власти» перекрывается мощным образным компонентом – визуальной и аудиальной метафорой с разоблачительной функцией. Перед глазами читателя предстает зримая и слышимая «картинка»: кучка «слуг народа», отгородившихся за высокими стенами Кремля от народа и его реальных проблем, звон циркулярной пилы, заглушающий все другие звуки (взрыв, треск), свидетельствующие о неблагополучии в стране. Метафора «пиления» символизирует коррупцию и вызывает ассоциации с воровским общаком, который делится «по-братски». Резкая негативная оценочность, провоцируемая данными образами, нагнетается также за счет насыщенности текста негативно-оценочными номинациями (*трагические дни, интригуют, дутое мероприятие*).

(100) *«Счастье В.Г. Якеменко, что про такие дела вовремя не прознал бдительный природоохранитель О.Л.Митволь, с неумолимостью питбуля и не взирая на чины и звания хватаящий мертвой хваткой всякого загрязнителя воды — см. историю с прибрежной баней А.Б. Пугачевой»* (Изв. 2005. 29 июля).

В приведенном примере автор фельетона иронично называет чиновника *неподкупным, перед которым и сам В.В. Путин трепещет*, намекая на то, что его «неподкупность» все-таки зависит от статуса потенциального нарушителя (отсылка к известному факту: в случае с загрязнением озера Селигер О.В. Митволь оказался более медлительным и невнимательным по сравнению с его реакцией на наличие несанкционированной бани у эстрадной певицы).

Основным средством сатирической реверсии ценностей в данном фрагменте является ирония, суть которой, как известно, состоит в семантической двуплановости и оценочном сдвиге: прямой смысл номинаций с положительным оценочным знаком (*бдительный, неподкупный, не взирая на чины и звания*) не соответствует природе денотата, что вызывает конфликт оценочных знаков – противоположность эксплицитно выраженной положительной оценки и подразумеваемой отрицательной оценки.

Разоблачительная установка, составляющая интенциональную базу политической сатиры, определяет функции карнавализации концептов в политическом фельетоне, одной из которых является разоблачение не соответствующих общественному идеалу субъектов политической деятельности.

Карнавализация системообразующих концептов политического дискурса в жанре фельетона лежит в основе механизма сатирической трансформации действительности с целью воздействия на общественное мнение. Суть этого механизма заключается в изменении соотношения между понятийной и образно-оценочной составляющими концепта. Гиперболизация оценочной составляющей, варьирование ее содержания, вплоть до парадоксально противоположных смыслов, минимизирует или «уводит в тень» понятийную составляющую.

В смеховом мире политики сакральное (образ идеальной власти, достойной уважения и поклонения) трансформируется в профанное через критику, разоблачение и осмеяние. Политическая сатира выполняет роль своеобразного инструмента в системе дискурсивных «сдержек и противовесов», предназначенных защищать общество от нарушения социальных норм.

Итак, в основе карнавализации концептов политического дискурса лежит:

- а) реверсия официально провозглашаемых ценностей;
- б) реверсия официального властного статуса отражаемого субъекта политики;

- в) реверсия нормы и аномалии восприятия качеств политика;
- г) переключение тональности с серьёзной на комическую (сатирическую);
- д) переключение коммуникативного регистра (с высокого на низкий, с официального на разговорный).

Мы полагаем, что смеховое акцентирование негативных образов и ценностей одновременно служит имплицитным утверждением положительных ценностных характеристик, ассоциирующихся в языковом сознании с прототипным (идеальным, образцовым) субъектом политики. Таким образом, можно утверждать, что разоблачительная функция политической сатиры тесно связана с конструктивной функцией – утверждением положительных идеалов.

2.5. Структура и содержание сатирической картины мира в современном русском фельетоне

В основу анализа фрагментарных картин мира, как правило, положена деятельностная категориальная парадигма, предложенная В.И. Постоваловой: 1) субъект картины мира (её «деятель», «кто»), изображающий; 2) предмет картины мира (её объект, «что»), изображаемое; 3) результат деятельности (сам образ) собственно картина (Постовалова 1988: 31 – 32). Субъектом сатирической картины мира выступает журналист-сатирик, отображающий современный мир политики в жанре газетного фельетона. В качестве предмета данного фрагмента картины мира политического фельетона рассматривается политическая действительность, наполненная рядом политических событий. Результатом деятельности по интерпретации журналистом мира политики является смеховая репрезентация субъектов политики, их деятельности, иначе говоря, это смеховая картина мира политики со свойственной ей структурой и признаками.

В исследуемом жанре политического фельетона репрезентации подвергаются события политической действительности, которые ранее явились объектом освещения в информационных жанрах, в частности, в жанре новостного сообщения.

Политическая коммуникация опирается на ряд ценностей, декларируемых в продуктах речевой деятельности субъектов политики: Конституции, программах партий, выражающих идеологические концепции. К ценностям современной

политической коммуникации относятся демократия, свобода слова, права человека, собственность. В жанрах новостных сообщений мир политики представлен в информационном регистре с преобладанием фактуальной информации над концептуальной. Концептуальная информация выражается в подборе информационных сюжетов и выборе аспекта освещения, проблемной фокусировке, в целом носит имплицитный характер.

В нашем исследовании мы рассматриваем смеховую картину мира, отражающую российскую политическую коммуникацию, представленную в СМИ в период 2002 – 2007гг. В смеховой картине мира так же, как и в «серьезной», отражаются субъекты политической коммуникации, результаты их деятельности (включая вербальные продукты – тексты законопроектов, обращений и т.д.), политические события, однако это отражение представлено в смещенном ракурсе. Сатирическая картина мира политики, представленная жанром «фельетон», является результатом деятельности сатирика по интерпретации фрагмента действительности через призму комического и идеологического начал.

Конструирование концепта является вторым этапом моделирования картины мира и её фрагментов. Первый этап моделирования картины мира имеет место на уровне репрезентации события.

Если исходить из того, что картина мира есть совокупность концептов и концептосфер (Блох 2007; Маслова 2006; Кубрякова и др. 1997), которые являются оперативными содержательными единицами всей картины мира (Кубрякова и др., 1997), то можно предположить, что конструирование картины мира или её фрагмента происходит посредством концептуально-когнитивных операций с системой концептов, которые и образуют картину мира. В целом сатирическая картина мира в политическом фельетоне базируется на концептах, которые являются системообразующими для политического дискурса.

В качестве структурных элементов сатирической картины мира политики, представленной в фельетоне, мы выделили 1) субъектов политики, 2) действия субъектов и 3) результат действия субъектов политики. Субъектами политики, отраженной в сатирической картине мира, выступают субъекты политической коммуникации в целом – власть, институты власти и их представители, народ. Однако, по сравнению с информационными жанрами, в картине мира фельетона

появляется ряд второстепенных субъектов: олигархи, религиозные деятели, СМИ, идеологи. Очевидно, что дополнительные субъекты, не освещаемые новостными текстами, вводятся в текст фельетона с целью негативно охарактеризовать взаимоотношения власти с указанными субъектами и дискредитировать власть в глазах адресата. В фельетоне субъекты сатирической картины мира представлены через набор определенных образов, которым соответствует ряд атрибутов. Действия субъектов сатирической картины мира политики носят упрощенный стереотипный характер с фокусировкой на отдельных деталях. Результат действий народа и второстепенных субъектов практически не находит отражения в смеховой картине мира.

В сатирической картине мира внимание автора акцентируется на результатах действий субъектов политики (власть и её представители), негативно воздействующих на благополучие народа. Обличительная направленность фельетона заключается в выявлении субъекта политики, виновного в неблагоприятной социально-политической ситуации, поэтому в содержании сатирической картины мира в фельетоне концепт «виновник» занимает особое место.

В связи с этим сначала мы обращаемся к анализу концепта «виновник», а далее рассматриваем концепты основных субъектов политики, находящихся с концептом «виновник» в отношениях логического пересечения.

2.5.1. Концепт «виновник» в сатирической картине мира

Смеховой картине мира политики, представленной жанром фельетона, свойственно наличие конкретно обозначенного виновника неблагоприятных явлений, происходящих в политической действительности и отражаемых СМИ. Указание на виновного является одним из смысловых приращений, задействованных в интерпретации действительности фельетонистом.

В политическом фельетоне установление виновного принадлежит сатирику, который выявляет виновника в ходе анализа проблемы. Виновный, как правило, обозначен конкретно, как групповой или индивидуальный субъект политики: президент, правительство, партия власти «Единая Россия», Немцов, Зюганов, Максютя, Гребенников, Апарина, Митволь и др.

Апелляция к концепту «виновник» может осуществляться двумя способами. В первом случае фельетонист указывает на виновного без обоснований:

(101) *«Но бюргер хитроумен. **Вины** своей не признаёт»* (Завтра. 2005. 5 окт.). В приведенном примере фельетонист полагает, что некая неблагоприятная ситуация является результатом деятельности Президента В.В. Путина, называемого в фельетоне *бюргером*. Данная номинация содержит отсылку к длительной заграничной командировке в Германию В.В. Путина на предыдущем месте службы.

Во втором случае приводится доказательная база виновности – даются конкретные факты, логическая аргументация, в результате чего доказательство виновности нередко сводится к разоблачению политических мифов.

В следующем фрагменте фельетона автор развенчает миф, согласно которому разоблачение преступных планов олигархов происходит по инициативе следственных органов:

(102) *«По мнению политологов, М.М. Фридман лелеет зловещие планы, заключающиеся в том, что он в принципе может возглавить государственный переворот. Вероятно, слава политологов тт. Дискина и Белковского, два года назад сходным образом разоблачивших М.Б. Ходорковского, вызвала ревность у коллег и они решили показать, что разрушать чудовищные планы олигархов не один Белковский умеет. В некотором отношении тт. Марков, Дианов и Хомяков даже превзошли своего предтечу. Если М.Б. Ходорковскому инкриминировалось желание скупить КПРФ, “Яблоко” и СПС, т.е. оппозиционные, что ни говори, партии, то альфа-конспираторы, по мнению политологов, пошли еще дальше, замыслив сделать орудием переворота самую верную опору режима: “они всю финансируют движение “Наши”, две трети членов которого за деньги будут делать то, что им скажут”»* (Изв. 2005. 9 сент.).

Представляя читателю информацию о том, что обвинение и арест М.Б. Ходорковского явились результатом действий политологов, т.е. творцов идеологии, фельетонист по сути заявляет, что публике был представлен сконструированный миф. Более того, автор посредством примеров убеждает читателя, что процесс конструирования мифов политологами носит заказной характер и поощряется властями. Фельетонист обвиняет власть в предоставлении народу

сфабрикованной информации, что, в свою очередь, означает нарушение демократических ценностей.

Как правило, в политическом фельетоне в качестве виновного в негативных явлениях и их последствиях выступают власть, институты власти и их представители. Народ, по мнению сатирика, не несет ответственности за те или иные события, негативно влияющие на личное благосостояние или на политическую ситуацию в целом.

(103) *«Явной неудачей дискуссии насчет писем М.Б. Ходорковского из тюрьмы было отсутствие согласия даже по исходному пункту всего послания – “Мы либеральное дело прос...ли”. Причем местоимение можно даже убрать. Пусть не мы (мы совершенно ни при чем), и даже не вы, пусть он, она, оно, оне. Главный смысл сообщения в данном случае несет на себе глагол, и, чтобы избежать перехода на личности с неизбежным вопросом “Кто виноват?” и столь же неизбежным ответом “Я – не я, и лошадь не моя”, конструкцию можно было бы перевести в пассив – “либеральное дело прос...но”, а кем в принципе не столь существенно. Последствия констатируемого факта важнее, чем частные определения по адресу тех или иных лиц»* (Изв. 2004. 24 июня). В данном примере имеет место самофальсификация, т.е. случай логического противоречия (Дементьев 2006), заключающийся в рассогласовании между имплицитными и эксплицитно выраженными интенциями адресанта. Автор настаивает на том, что в рамках сложившейся ситуации важен не виновник, а результат его деятельности, заключающийся в том, что политические силы не следуют либерально-демократическим ценностям. Однако многократное акцентирование на грамматической категории подлежащего, обозначающего субъект действия, противоречит заявлению автора о том, что определение конкретного виновного не так уж важно. Автор предвосхищает бессмысленность попытки установления виновных в пародии на вопросно-ответные реплики политиков.

Действия виновных лиц, повлекшие за собой негативные последствия, приводятся более детально и эксплицитно, поскольку составляют основу проблемы. Политики и чиновники обвиняются в злоупотреблении служебными полномочиями, личном обогащении, нарушении демократических и правовых норм, проведении

заведомо провальных политических мероприятий, в следовании маниакальным идеям и пр.

(104) *«А суть в том, что изображенные Серебряковым персонажи (Зюганов, Максюта, Гребенников, Апарин. – А.И.) пахнут не потом, а духами, имеют лица от “Гатино”, автомобили от “Крайслера”, зарплату от “ЛУКойла”, часы от “Франка Мюллера”, ботинки от “Монарха”, пиджаки от “Хуго Босса”, и партбилеты от КПРФ»* (ДзД. 2004. 19 нояб.). Фельетон «Ода русскому коммунизму» посвящен разоблачению членов местной Коммунистической партии, чиновников городской и областной администрации путем развенчания мифа о приверженности коммунистическим ценностям. Связывая при помощи параллельных конструкций образы волгоградских коммунистов с известными (а в некоторых случаях всемирно известными) дорогими торговыми марками, автор выдвигает им обвинение в коррупции. Тяжелый труд ассоциируется с потом (*работать до седьмого пота*). Противопоставляя запах пота, который был бы естественно свойствен человеку, занятому тяжёлым трудом, запаху духов, фельетонист подчеркивает, как далеки коммунисты от трудового народа, интересы которого они якобы защищают в своих политических декларациях.

(105) *«Дело не в жестокости начальства, а в административном зуде. Этот злополучный зуд является причиной многих наших страданий и бед. Причем чем ничемнее тот или иной министр, тем у него большие замах на реформаторство. Комплекс неполноценности часто ходит рядом с манией величия. А расхлебывать приходится нашим ветеранам и старикам. Невесело все это»* (ДзД. 2005. 2 февр.). Вскрытие истинной причины неблагоприятных явлений неизбежно ведет за собой указание на виновного, поскольку выявленная причина не соответствует размаху последствий – *многих наших страданий и бед*. В данном фрагменте указывается виновник негативных последствий политических событий – министры, отвечающие за разработку и осуществление реформы монетизации льгот – Фрадков, Греф, Кудрин, Зурабов; причина, спровоцировавшая событие, – *административный зуд, комплекс неполноценности, мания величия*; пострадавшие от действий виновного – *наши ветераны и старики* – т.е. наиболее уязвленная группа населения; нанесенный ущерб – *многие наши страдания и беды*. В тексте фельетона также называются действия виновных, повлекшие за собой создание неблагоприятной ситуации, – «41

закон подлежит отмене и в 155 вносятся существенные поправки. <...> Зачем без нужды травмировать людей и подставлять пенсионеров под дубинки ОМОНа?». Таким образом, в фельетоне оказываются заполненными ключевые слоты фрейма «вина»: виновный, действия виновного, пострадавший, ущерб.

Указание на истинную причину того или иного события является одним из приемов развенчания мифа. Изначально читателю представляется миф, элементы которого подвергаются последовательной гиперболизации. Затем сатирик неожиданно представляет читателю истинную, по его убеждению, первопричину событий, которая идеально вписывается в общий контекст события, меняя при этом угол зрения, т.е. создавая новую интерпретацию события. В фельетоне А. Шишкова «501, 502, 503, кольцо!...» (ДзД. 2005. 5 авг.) автор сначала создает неприемлемый для большинства горожан образ ветеранов ВДВ, празднующих день рождения 2 августа. «Зачем шокировать добрых граждан непотребными выражениями и дикими оргиями на волгоградских набережных?». Сравнивая празднование дня ВДВ с землетрясением, фельетонист замечает, что «можно указать на причину землетрясения, но не больше». В качестве причины агрессивных действий ветеранов ВДВ приводятся факты социальной неустроенности и невостребованности бывших военных войск специального назначения:

(106) *«Причина проста. Ветераны ВДВ бездомны. Они дома только там, где положено терпеть боль, где жизнь – каторга, где запросто могут убить <...>. А дома ты кто? Кому ты нужен? На что и где тебе жить, где работать? Куда ты приведешь молодую жену? Там ты был героем, а здесь... Полотер, ночной сторож, пациент психдиспансера? Здесь ты всем чужой, всеми плюнутый и забытый. Отслужил – пошел на буй. Ни буй тебе не светит. Для Родины ВДВ важнее, чем курс доллара. <...> Но, увы, Родину не пускают в наши парламенты и министерства».*

Автор приходит к выводу о том, что ответственность за унижительное, бедственное положение военных лежит на верховной власти: парламенте и министерствах. Вина членов данных политических институтов, по мнению автора, состоит в оторванности от народа, неспособности видеть истинную причину событий, что ведет за собой общее усугубление неблагоприятной ситуации. В заключительной части фельетона образ ветеранов ВДВ ассоциируется с жертвой политических игр, пострадавшей от действия (или бездействия) власти:

(107) «Так стоит ли удивляться тому, что Она бунтует и жрет водяру на наших набережных 2 августа? Родине ведь тоже хочется почувствовать себя человеком хотя бы раз в году. <...>Родина, Она же наивная, как ребенок, – не понимает всех нюансов нынешней политической ситуации» (ДзД. 2005. 5 авг.).

Репрезентация действительности в СМИ, осуществляемая с позиции той или иной идеологии, основана на сознательной интерпретации реальности. Для обеспечения того, чтобы определенные оценки и идеи принимались в обществе как сами собой разумеющиеся, идеологами конструируется миф. Миф – это совокупность убеждений, социальных стереотипов, устойчивых представлений о некоем идеальном прототипе власти в условиях конкретного общественного устройства (Lasswell 1970). «Внешний мир поставляет мифу некоторую историческую реальность, и, хотя ее возникновение может относиться к очень давним временам, она определяется тем способом, которым была произведена и использована людьми; миф же придает этой реальности видимость *естественности*. <...> Миф лишает предмет, о котором он повествует, всякой историчности. История в мифе испаряется, играя роль некоей идеальной прислуги: она все заранее prepares, приносит, раскладывает и тихо исчезает, когда приходит хозяин, которому остается лишь наслаждаться, не спрашивая, откуда взялась вся эта красота» (Барт 1994: 120).

Политический миф основан на реальных событиях, однако наполняет их новой сутью, объясняет, интерпретирует и, следовательно, искажает. «Миф направлен на сглаживание социальных противоречий, он служит средством адаптации к объективной реальности для социальных групп, не способных рационально анализировать сложные ситуации» (Шейгал 2004: 134). Миф во взаимосвязи с идеологией может рассматриваться с двух позиций: с позиции широкого понимания мифа, где идеология является его продолжателем (Соловьев 2002), и в узком понимании, где идеология конструируется посредством мифов, тем самым вытесняя и искажая собой действительность (Lasswell 1970).

В нашем исследовании мы придерживаемся второго подхода к толкованию мифа, где миф реализуется в политических идеологиях и доктринах и отражается в картине мира индивидов (Там же). Идеологи конструируют мифы с целью создания иллюзии реальности, интерпретирующей действительность в необходимом направлении (Шейгал 2004), фельетонист же преследует цель разоблачить миф и

представить информацию, соответствующую действительности. «Задача мифолога (журналиста. – А.И.) состоит в том, чтобы вскрыть под безобидной оболочкой самых простых жизненных отношений таящееся в их глубине отчуждение, которое эта безобидность должна сделать приемлемым. Следовательно, разоблачение, совершаемое мифологом, является политическим актом; утверждая идею ответственности языка, он тем самым постулирует его свободу. В этом смысле мифология безусловно находится в *согласии с миром*, но не с таким, каков он есть, а с таким, каким он хочет стать» (Барт 1994: 140). К свойствам мифа относят внерациональность, т.е. апелляцию в образно-эмоциональному сознанию, и «короткодействие», объясняющееся связью мифа только с актуальными событиями действительности. Миф отличается аксиоматичностью и неverifiedируемостью, обеспечивающими упрощенное толкование событий. Однако ключевым и характерным признаком мифа является фантомность денотата мифологемы – языкового носителя мифа (Шейгал 2004).

Приведем пример разоблачения мифа представителем оппозиционного издания «Советская Россия»:

(108) *«Явно намекается, что насквозь тоталитарная советская власть каждый раз присылала грузовики с солдатами НКВД и под покровом ночи выселяла крестьян куда-то под Магадан. **На самом деле все было по-иному.** Земля в те благословенные времена была общенародной собственностью. То есть о выкупе земли и речи не было. Что же касается домов-квартир, то для советской власти, которая строила доступное (а не элитное, как сейчас) жилье в огромных масштабах, этой проблемы тоже не было. Жители деревни с огромным удовольствием садились в грузовики (без всякого НКВД), заселяли два подъезда огромного многоквартирного дома и с большим удовольствием пользовались благами современного ЖКХ – горячей водой, отоплением и т.д.»* (СР. 2006. 27 июня).

В фельетоне «Повальное жлобство» (СР. 2006. 27 июня) автор стремится опровергнуть, что сконструированный современными политиками образ советской власти не соответствует исторической действительности, т.е. является мифом. Миф, который автору предстоит опровергнуть, представлен фрагментом *насквозь тоталитарная советская власть каждый раз присылала грузовики с солдатами НКВД и под покровом ночи выселяла крестьян куда-то под Магадан*. Очевидно, что

миф построен на прецедентных феноменах, ставших своеобразными символами жестокости тоталитарной власти в СССР (*грузовики с солдатами НКВД, высылка крестьян под покровом ночи*). Фельетонист самостоятельно формулирует историю, исходящую якобы от власти, с тем, чтобы, разоблачая, выстроить новый миф «о безмятежном советском прошлом», эксплицируя мифологему *общенародная собственность*. В действительности посредством создания нового мифа (антимифа) сатирик обвиняет современную власть в а) навязывании стране товарно-рыночных отношений, повлекших возникновение анализируемой проблемы (*земля была общенародной собственностью, о выкупе земли и речи не было*); б) неспособности обеспечить население доступным (вероятно, предполагается бесплатным) жильём. Нынешняя власть способствует строительству дорогостоящего и, соответственно, не доступного для большинства граждан *элитного* жилья, в то время как (*советская власть строила доступное жилье в огромных масштабах*). Обвинение власти в данном примере носит скрытый характер, т.е. осуществляется посредством противопоставления нынешней власти советской, которая позиционировала себя как образцовая в плане заботы о народном благе.

Апелляция к концепту «вина» является характерной чертой жанра политического фельетона. Преимущественно указание на виновного связано с процессом развенчания политических мифов, которые распространяются посредством пропаганды, расставляющей ценностные и идеологические приоритеты в сознании адресата.

В случае, если в официальных новостных сообщениях виновник не фигурирует, то фельетонист, проводя «собственное расследование», обозначает виновного; если в официальном новостном сообщении виновник фигурирует, то целью фельетониста являются разоблачение скрытых намерений власти и интерпретация политической ситуации в новом, отличном от предлагаемого властью, ключе.

2.5.2. Концепт «президент»

В сатирической картине мира политики президенту свойствен ряд образов, носящих, как правило, негативный характер. В основе образов лежат акцентирование

и гиперболизация одного из аспектов или характеристик главы государства, действительных или выдуманных. Однако, как и в смеховой картине мира анекдота, каждый фельетонный образ президента по принципу «от противного» содержит в себе имплицитно заложенный в нем прототип идеального президента (Шейгал 2004).

В картине мира политического фельетона Президент В.В. Путин представлен в образе 1) военачальника, 2) монарха, 3) лилипута, 4) наследника, 5) хапуги.

В сатирической картине мира образу президента-военачальника присущи такие атрибуты, как склонность к применению силовых методов, не адекватных политической ситуации, резкие, необдуманные действия, влекущие за собой негативные последствия.

В формировании данного образа решающее значение сыграл факт службы будущего президента в ФСБ. В анализируемой картине мира политики образ президента-военачальника эксплицируется в номинациях *силовик, дуболом, герой военных анекдотов, разведчик, чекист, полковник, особист, эфэсбешник* и т.д. Любые конструктивные меры, предпринимаемые президентом и направленные как на решение социальных или политических проблем, так и на укрепление позиции власти в целом, интерпретируются фельетонистами как покушение на демократические ценности.

(108) *«Все было использовано: и ложные слухи, и ложные атаки, и операции прикрытия. И вот — заслуженная победа. А над кем? С кем воюете? Это ж не детская игра в казаки-разбойники. Это ж управление огромной страной, а не война с ней, верно? Все эти блистательные удары для чего? Похоже, для **удержания личной власти**»* (МК. 2007. 8 окт.). В приведенном фрагменте журналист создает образ президента-военачальника посредством использования терминологии военной разведки – *блистательные удары, ложные слухи и атаки, операции прикрытия*. Президент-военачальник действует методами, характерными для военного времени, которые приводят к политической победе. Очевидно, что предпринимаемые им действия не соответствуют ситуации – предвыборной кампании в Госдуму – и в результате наносят вред государству и народу. Истинной целью президента-военачальника, по мнению фельетониста, является удержание личной власти.

Образ президента-монарха имплицитно подразумевает сосредоточение абсолютной власти в руках главы государства, реализуется в номинациях *царь, государь, монарх, главный*

барин, король и проч., а также в исторических аллюзиях к прецедентным именам государственных деятелей, управлявших монархическим государством, или исторических лиц, чей стиль управления характеризуется единовластием: *Иван Грозный, Екатерина, Цезарь, Ричард Львиное Сердце, Сталин*. При создании образа президента-монарха сатирики нередко обращаются к атрибутам царской власти: *шапка Мономаха, скипетр, держава, трон, престол* и проч., а также создают образ царского окружения *подданные, слуги, придворные, вельможи, бояре* и др.

(109) *«Не страшат тебя громы небесные, / А земные ты держишь в руках. <...> И ладно бы этот приговор проклятому царизму написал какой-нибудь советский гимнописец (чтобы Сталину угодить). Нет, это стихи 1853 года, когда абсолютная власть была в руках главного барина...150 лет прошло — мы на том же месте»* (МК. 2005. 2 февр.).

Анализируемый пример иллюстрирует образ президента-монарха посредством апелляции к тексту стихотворения Некрасова «Размышления у парадного подъезда» с последующим комментарием журналиста. В данном случае фельетонист делает акцент на наличии абсолютной власти в руках современного руководителя демократическим государством, также как и в XIX в. у главы монархического государства.

(110) *«В хозяйстве “наших” приняли радушно, и, покуда В.В. Путин по своему обыкновению задерживался с **царским выходом**, комиссары скрашивали ожидание вкусными пирожками и шашлыком из дикого вепря. <...> После того, как доели вепря, свершив великое моленье, к народу тихо вышел **Царь**. От первоначального смущения сперва **высочайшая аудиенция** напоминала беседу трудящихся с вызываемой О.Бендером тенью пророка Самуила. <...> Но **хозяин земли русской**, вероятно, был настроен игриво и вспомнил классическое “Я дам вам парабеллум!”* (Изв. 2005. 29 июля).

Развернутая метафора царской власти в контексте десакрализации снижает образ президента за счет переключения регистра с «возвышенного» на «земное», смешения в одном контексте несовместимых концептов (царя, трудящихся и комиссаров, вкусной еды и великого моленья, благоговейного смущения «народа» и игривого поведения «царя»).

(111) *«Получилось в лучших традициях **опричнины**. Даже покруче. Не "слово и дело", как при Иване Грозном, а "дело и слово". Сначала громынуло в таможене, а потом уже и перед депутатами Федерального собрания было сказано: "Коррупционеры должны знать, что государство не будет безучастно взирать на их деятельность, если они будут извлекать прибыль за счет населения"»* (Завтра. 2006. 17 мая). Апелляции к прецедентному феномену опричнины при царе Иване Грозном является примером экспликации такой образной характеристики концепта «власть», как сила. Сатирик гиперболизирует силу власти до абсурда (установление военного режима в мирное время, в отличие от периода раздробленности XVI в.), в результате чего происходит стирание ценностной характеристики концепта «президент как руководитель демократического государства». В данном случае имеет место актуализация сразу двух образов президента-монарха и военачальника.

Образ президента-лилипута появляется в описании отношений России с Западом и является результатом фокусировки на проблемах международных отношений. Данный образ обладает двойственной природой – с одной стороны, образу президента-лилипута свойствен высокий статус и авторитет в родном государстве. С другой стороны, в сатирической картине мира политики во взаимоотношениях российского президента с главами влиятельных западноевропейских государств В.В. Путин играет роль незначительного политика, не имеющего веса на мировой арене.

(112) *«Но как для Рузвельта и Трумэна Сталин был всего лишь Дядюшкой Джо, так и Путин для клана Бушей навсегда останется **Пути-путом**»* (МН. 2007. 14 сент.). Противопоставление авторитета В.В. Путина в рамках возглавляемого государства неспособности влиять на ход политических событий в рамках международных отношений эксплицируется путем сопоставления нынешнего президента с образом Сталина. Фельетонист снижает образ Сталина за счет добавления уничижительной частицы *всего лишь*, сопровождающей уменьшительно-ласкательное прозвище Сталина *дядюшка Джо*, данное ему западными коллегами и не вязавшееся с образом тирана в родной стране. По аналогии сатирик дает прозвище действующему Президенту В.В. Путину, называя его *Пути-путом*. Данная номинация ассоциируется с маленьким размером, благодаря а) морфологическому

уподоблению *лили-пут* → *пути-пут*, б) фоносемантической значимости звукосочетания *пути*.

Значительное внимание в сатирической картине мира политики уделяется событиям и обстоятельствам, способствующим продвижению В.В. Путина к должности президента путем создания образа президента-наследника. Сатирики фокусируют внимание на том, что В.В. Путин получил пост президента при помощи других лиц (государственных чиновников, политтехнологов, олигархов, политических сил), что исключает возможность проведения демократических выборов в 2000 г., а также дискредитирует президента как политика, способного собственными силами завоевать доверие народа. Выбор лексики, обозначающей процесс прихода к власти, акцентирует несамостоятельность президента:

(113) *«Поставленный для защиты интересов определенной группы (иных уж нет, а те далече)», «вытащенный в Москву – за ушко да на солнышко – хозяйственным Павлом Павловичем Бородиным», «тихому клерку, которого нечистый Борис Абрамыч соблазнил дешевой арендой державы и скипетра», «Вас назначили шефом ФСБ, премьер-министром — все так быстро»* (ЕЖ. 2004. 10 апр.).

В фельетоне образ президента-наследника ассоциируется с искусственно развязанной войной в Дагестане, которая послужила своеобразной ареной для демонстрации управленческих способностей В.В. Путина:

(114) *«...потребовалась удачно случившаяся война в Дагестане и другие ужасы, справляясь с которыми вы завоевали любовь народа»* (МК. 2007. 8 окт.),

(115) *«Плюс война, конечно. Без войны за полгода сделать из клерка Минина и Пожарского в одном флаконе - нечего и думать»* (ЕЖ. 2004. 4 окт.).

(116) *«Стать в России президентом, когда у тебя есть Останкинская телебашня – фигня вопрос»* (ЕЖ. 2004. 4 окт.). В примере № 117 акцентируется подконтрольность СМИ действующей власти, стирается ценностный компонент концепта «президент» – человек, занимающий пост главы демократического государства, т.к. феномен зависимости СМИ от власти противоречит демократическим нормам.

(117) *«А когда в 96-м году, всех вокруг изнасиловав в мозг своей предвыборной пургой за тогдашнего вашего царька Бориса, вы (Немцов, Гайдар. – А.И.) так и не смогли добиться нужного результата — тогда, помнится, вы пошли на прямой*

подлог результатов президентских выборов. Так чем возмущаетесь? ВВП — плоть от вашей плоти, достойный продолжатель именно ваших традиций (СР. 2007. 8 дек.). Приведенный фрагмент свидетельствует об ассоциации действий В.В. Путина с приемами политической борьбы, свойственными политикам 90-х. Образ Президента В.В. Путина дискредитируется через проведение аналогии с противоправными и недемократическими действиями соратников Б.Н. Ельцина, обвиняемых в фельетоне в чрезмерно навязчивой предвыборной агитации и подтасовке результатов выборов.

В образе президента-хапуги эксплицируется злоупотребление служебными полномочиями с целью личного обогащения. Примечательно, что президент, в отличие от чиновников и власти в целом, в сатирической картине мира сравнительно нечасто напрямую подвергается обвинениям в грабеже и коррупции.

(118) *«Презренному Западу и нашему обывателю не понять тайных струн души российского президента. Он – страстный путешественник. <...> Путин предпочитает путешествовать с максимальным комфортом. Очень он уважает *dolce vita*. Но не просто возможность выложить годовую зарплату российского профессора за дюжину устриц в парижском кабаке, а *dolce vita* со статусом»* (СР. 2007. 18 авг.). Гиперболизируя статусные атрибуты президента до абсурда (стоимость порции устриц приравнивается к годовой зарплате российского ученого), фельетонист акцентирует отрыв российского президента от народа, таким образом, провоцируя реверсию оценочного знака концепта.

(119) *«Даже непонятно, почему вас нету в списке “Форбса”. Уверен, вы бы потеснили Абрамовича; напрасно он занимает первую строчку»* (МК. 2005. 29 сент.). В данном примере создается образ президента, материальное состояние которого соответствует миллионеру, достойному занимать первое место в списке самых богатых людей мира. При этом имплицитно подразумевается мысль о том, что личное обогащение президента происходит за счет граждан возглавляемой им страны. Примечательно, что образ президента-хапуги характерен для фельетонов крайне левых изданий или фельетонов, близких им по характеру модальности – резко критичной.

Интересно отметить, что в фельетонах различных изданий и идеологической направленности политическая позиция президента представляется двойственной и неопределенной:

(120) *«Эта идея — совершенно в вашем (президента. – А.И.) стиле. В стиле старого гимна с новыми словами. Старого знамени — без серпа и молота. В стиле орлов, звезд и крестов на башнях Кремля. Короче, и **нашим и вашим, щит и меч — атака и оборона в одном флаконе**»* (МК. 2005. 7 окт.). Фельетонист акцентирует мысль о неустойчивой политической позиции президента, с одной стороны, построенной на компромиссах, с другой – лишенной самостоятельной программы.

(121) *«Хоть бы узнать поконкретнее об этом плане, чтобы не вели всякие проходимцы со своими вопросами антигосударственную пропаганду»* (СР. 2007. 6 окт.).

(122) *«Ведь нет никакой идеи. <...> Извините, но почему-то кажется, что **никакого плана у вас нет**. Все получается само собой»* (МК. 2007. 8 окт.). В примерах №122, 123 критике подвергаются неясность и размытость программы президента, известной как широко рекламируемый *план Путина*. Сущность понятия плана или проекта предполагает наличие ряда обдуманых действий и мероприятий. В результате в сатирической картине мира имплицитно-оценочное представление о действиях и программных курсах президента, что приводит к переключению ценностного компонента концепта «президент».

Действия субъектов смеховой картины мира политики, отраженной в фельетоне, представлены в редуцированном, упрощенном виде. Действия президента можно подразделить на три группы: рабочие будни, силовые действия, речевые действия. Первую группу составляют действия, иллюстрирующие рабочие будни президента. В сатирической картине мира они выглядят следующим образом:

(123) *«На днях президент побывал на Северном флоте и в Плесецке. По этому поводу **наряжался то в подводника, то в ракетчика**. Правда, на сей раз **в качестве военного летчика себя больше не пробовал**. **Одного прошлого раза, видать, хватило**. **Опять с личным составом борщ хлебали, про блины и про службу говорили**. **Из пушек палили, в бинокли глядели, ракеты пуцали**»* (СР. 2004. 2 марта). Приведенный фрагмент свидетельствует о поверхностном, маскарадном участии президента в реальных делах. Данный пример построен на переакцентуации с основных действий президента – контроль над проведением международных военных учений – на второстепенные (*борщ хлебали, про блины и службу говорили*). Основные же действия представлены в редуцированном виде, их репрезентация в фельетоне

сопровождается снижением коммуникативной тональности и переключением регистра с официального на разговорный *глядели, палили, пуцали*. Таким образом, в фельетоне информационная составляющая при репрезентации действий президента редуцируется, в то время как оценочная представлена в гиперболизированном виде.

(124) *«Тем не менее Путин уверенно руководил ремонтно-восстановительными работами и расследованием прямо из Тувы, по телефону. Да ещё и телекамера очень кстати поблизости каждый раз оказывалась. Это такой современный стиль управления страной — телефонно-телевизионный»* (СР. 2007. 18 авг.). Сарказм фельетониста направлен на действия президента, руководящего разрешением чрезвычайной ситуации, не находясь в непосредственном очаге бедствия, продолжая неофициальную встречу в Туве с князем Марокко, что противоречит морально-этическим нормам – во время бедствий лидер должен быть рядом с народом.

Ежедневная деятельность президента представлена в сатирической картине мира упрощенно, действия президента носят непродуманный, случайный и карнавальский характер, лишены планирования и целенаправленности, отмечается их фантомность – создается видимость деятельности, однако за ней ничего не стоит.

(125) *« А там — саммит, помпа, аксельбанты. Лето. Отдых. Катание на раритетной "Волге". И все пойдет своим чередом»* (Завтра. 2006. 17 мая). Трудовая деятельность президента в сатирической картине мира политики сводится к праздности, развлечениям на высшем уровне, которым свойственны торжественность и великолепие. Такого рода представления рабочей атмосферы деятельности президента искажает понятийное ядро концепта «президент» – «руководитель государства, непрестанно трудящийся на благо народа».

Особое место в фельетоне занимают речевые действия президента, среди которых доминируют обещания:

(126) *«А может, и лучше, что забыли. Меньше будут укорять: мол, **опять** обещал и **опять** не выполнил»* (МК. 2005. 28 апр.);

(127) *«Владимир Владимирович, вы, сидя в Кремле, без малого три часа говорили "халва-халва-халва". У многих, наверно, во рту стало сладко»* (МК. 2005. 29 сент.);

(128) *«Выступал президент и обещал строить чуть ли не по метру жилья на каждого человека в год...»* (МН. 2007. 28 июня). Приведенные примеры свидетельствуют о том, что речевые действия президента сводятся к пустословию, что, в свою очередь, характеризует президента как недобросовестного и безответственного политика, прибегающего к обещаниям как приему для накопления политического капитала.

Третья группа действий президента составляют действия силового характера, нацеленные на укрепление власти:

(129) *«Задавить НТВ, прищучить судей, распилить нефтянку, посадить Ходорковского, продавить избирательное право – тоже фигня вопрос* (ЕЖ. 2004. 4 дек.).

(130) *«После трагедии Беслана вы отменили губернаторские выборы и еще кое-что зажали (в смысле закрутили гайки)»* (МК. 2005. 2 февр.). Силловые действия президента направлены на узурпацию свободы слова, выбора, ликвидацию независимости судебной системы, что в целом противоречит демократическим устоям общества и нивелирует ценностную положительную составляющую концепта «президент».

Примером, иллюстрирующим отношение президента к демократическим ценностям, является фрагмент:

(131) *«Патриотизм Путина – это вынужденное профессиональное состояние, определенное инструкцией по штатному расписанию. Это реакция чиновника на нужды просителей. Несмотря на свою спортивную фигуру, он ведь все-таки сибарит»* (Завтра. 2005. 10 авг.). Патриотизм, относящийся к группе ценностей политической ориентации, в действительности не является ценностью для Президента В.В. Путина. В сатирической картине мира политики отрицается приверженность президента к таким базовым ценностям, как патриотизм, демократия, либерализм, свобода слова и печати, частного бизнеса.

Исходя из проанализированных примеров, можно заключить, что ценностью для президента в сатирической картине мира являются единовластие, военная мощь страны, личная материальная выгода, силовые методы управления.

Результат действий президента в смеховой картине мира политики, представленной в фельетоне, носит губительный характер для управляемой им

страны, что полностью нейтрализует положительную ценностную составляющую концепта «президент».

(132) *«Кто бы ни стал приемником – ему не позавидуешь. Получить в наследство **путинскую Россию** – это не СССР, который десять лет растаскивали, да так и не смогли растащить. **Путинских золотовалютных запасов никто не видел. Путинскую армию никто не боится. Путинские надбавки к пенсиям и зарплатам давно проедены**»* (Завтра. 2005. 30 нояб.). Результат президентской деятельности В.В. Путина представляется фельетонистом как резко негативный и заключается в том, что страна находится в крайне тяжелом критическом состоянии и на данный момент уязвима для внешних противников. Имплицируется, что в течение президентского срока В.В. Путина армия и экономика пришли в упадок, несмотря на официально декларируемые показатели роста.

(133) *«И вот выясняется, что **от стука кулаком по державному столу через какое-то время взрываются твои собственные электрички и самолеты**»* (ЕЖ. 2004. 10 дек.). В результате политики силовых методов, применяемых президентом, мирное население страдает от ответных действий боевиков.

(134) *«Такое впечатление, что **ваши (президента. - А.И.) успехи не приносят людям радости**»* (МК. 2005. 18 янв.). Фельетонист акцентирует мысль о том, что деятельность президента носит антинародный характер, результаты которой негативно сказываются на жизни граждан управляемой страны.

(135) *«Вы (президент. – А.И.) вернули **гимн, однопартийную систему, назначение наместников и даже комсомол**»* (МК. 2007. 8 окт.). В приведенном примере сатирик указывает, что результат действий президента заключается в возврате к тоталитарной системе управления страной, что исключает возможность демократического устройства государства.

2.5.3. Концепт «власть»

Концепт «власть» в сатирической картине мира является гиперонимом по отношению к концептам «президент», «правительство», «Дума», о чем свидетельствует следующий пример:

(136) *«Рыльце в пушку, на самом деле, у верховной власти. Именно президент, правительство и «Единая Россия» (за которых, несомненно, голосовало большинство бутовцев) протаскивают через услужливую Госдуму Земельный, Водный, Лесной и прочие кодексы, позволяющие захватывать дома, земли, а то и целые отрасли промышленности. Так что если и искать корень зла, то не столько в Ю. Лужкове, а и в тех, кто сидит повыше и кто ежедневно и ежечасно грабят миллионы «бутовцев», имя которым – народ России»* (СР. 2006. 27. июня).

Понятийный компонент концепта «власть» включает такие составляющие, как «господство (доминирование), право, контроль, сила, влияние, принуждение, авторитет» (Шейгал 2006: 29). Оценочная составляющая концепта «власть» выражается в гиперболизации отдельных понятийных компонентов. Карнавализация концепта «власть» основана на акцентировании антиценностей, таких как коррупция, злоупотребления полномочиями, чрезмерная жесткость.

Заметное место в сатирической картине мира находит экспликация образного компонента концепта «власть» – «Кремль как топос российской власти»: *кремлядь, кремлевские кланы, кремлевская команда, кремлевские чиновники, кремлевские воротилы, кремлевские сидельцы, кремлевские силовики, Кремлевская репутация, кремлевские начальники, обитатели Кремля путинского призыва*.

В сатирической картине мира власти характерен преимущественно образ власти-насильника:

(137) *«Нынешняя президентская власть только на этих гайках и держится!»* (ЕЖ. 2003. 10 окт.). Сатирик, гиперболизируя силу власти и фокусируясь на использовании властью силовых методов, редуцирует другие понятийные составляющие концепта – контроль над исполнением закона, защита граждан своего государства и пр.

(138) *«Ситуация, которая установилась в стране, называется ХУНТА – т.е. власть, основанная на коллегиальном объединении высших государственных и административных органов страны, опирающихся на инструментарий насилия. «Симфония ветвей власти», так сказать, в интересах узкой группы лиц»* (СР. 2007. 8 дек.). Приведенный пример также основан на гиперболизации твердости и силы власти. Сравнивая современную власть с хунтой – «военным правительством, пришедшим к власти в результате государственного переворота» (БСЭ), фельетонист,

во-первых, подвергает сомнению демократичность выборов президента и парламента, с другой – обозначает политический курс как диктатуру военной власти.

Действия власти в фельетоне носят насильственный характер, являются неадекватными ситуации:

(139) «*Главная задача нашего начальства в том, чтобы не портить жизнь народу своими судьбоносными реформами. ... Только не надо ничего предпринимать “сверху”. Особенно в трудные, кризисные периоды жизни страны. Наша беда в том, что вот уже двадцать лет нас беспрестанно мучают реформами и ломают жизнь через колено. А задача заключается в том, чтобы исповедовать естественный ход жизни*» (ДзД. 2005. 5 февр.). Гиперболизируя доминирующую функцию власти, фельетонист указывает на злоупотребление данной функцией – что приводит к насильственному насаждению идей и реформ, что, в свою очередь, пагубно сказывается на жизни народа.

(140) «*Сильная власть не боится оппозиции, не зажимает свободу печати. Для сильной власти это просто инструменты коррекции. А если разгоняет и затыкает рот, то либо слабо, либо не считает людьми тех, кто думает иначе*» (МК. 2007. 8 окт.). В приведенном примере критике подвергается приверженность власти силовым методам, нарушение демократических устоев, подавление прав человека. Однако фельетонист указывает, что данные методы не являются показателем авторитета и твердости власти, путем противопоставления *сильная власть не боится оппозиции* имплицитно указывается, что или власть слаба, или она в действительности боится оппозиции, что является истинной причиной силовых мер.

В сатирической картине мира власть *действует* в собственных интересах:

(141) «*...топ-менеджмент ООО “Россия” в действительности бьется не за империю, а за монополию на политическом рынке*» (Огонек. 2006. 6 нояб.).

В фельетоне под названием «*Хлебнем для ясности*» сатирик развивает фантастическую идею о напитке правды, выпив который представители власти начнут говорить правду:

(142) «*Хорошо бы всех поить, кто идет во власть (от замминистров и выше; всех, кому положены авто с мигалками, дачи)*» (МК. 2005. 7 апр.). В данном примере автор эксплицитно указывает атрибуты власти (*авто с мигалками, дачи*), подразумевая, что стремление к власти обусловлено жадностью материальных преимуществ.

Результат деятельности власти представляется в сатирической картине мира резко негативным, ведущим к серьезным и губительным изменениям в стране, таким, например, как отклонения от демократического курса и становление однопартийной системы, сосредоточение власти в одних руках, развитие преемственности вместо свободных демократических выборов, национализация собственности, возврат к плановой экономике:

(143) *«Однако общие очертания экономической и политической модели нашего общества уже проявились. Осталось буквально сказать несколько слов типа “преемник Сидоров”, “ нефть будет принадлежать народу, и без Ходорковских обойдемся”, “социальная справедливость не догма, руководство к действию”, “паритет с НАТО – не фантастика, а цель ближайшей пятилетки”, “реинкарнация СССР неизбежна”, и картинка прояснится окончательно. Сейчас на Западе многие огорчаются, что Россия вернулась – можно себе представить, что они заговорят, когда вернется Советский Союз»* (МН. 2007. 29 июня).

В сатирической картине мира постоянно акцентируется внимание на дистанцировании власти от народа:

(144) *«Почему, мол, мои заметки не действуют на власть? Но лекарство же не может действовать на **труп** (об этом и пословица гласит)»* (МК. 2005. 25 нояб.).

В приведенном примере дистанция создается за счет противопоставления мертвой, лишенной чувственного восприятия власти и живого народа. Аллюзия к прецедентному высказыванию «как мертвому припарки» подразумевает невосприимчивость к каким-либо средствам воздействия, в том числе моральным, что усиливает ощущение отдаленности власти от народа.

(145) *«Укрепление вертикали власти по-путински обернулось её вакуумом. **Власть оторвалась от народа. Она стала крепка только сама в себе**»* (Завтра. 2005. 6 апр.). Гиперболизация твердости и силы власти в приведенном примере доводится до абсурда – вакуум власти подразумевает некое пространство неестественной пустоты между народом и властью. Власть, *крепкая сама в себе*, не может обеспечить порядок в обществе.

2.5.4. Концепт «правительство»

В сатирической картине мира российской политики 2002 – 2007 гг. сложился стереотипный образ правительства-придворных.

(146) *«Наша же реформа совпала с дальнейшим усыханием законодательной власти..., и с фактическим отмиранием правительства как самостоятельного института. На сегодняшний день кабинета министров нет – есть **министры**, назначенные главой государства и ходящие к нему с докладом. Можно спорить, что лучше (или хуже) – **правление государевых министров** или парламентская республика ... Но тогда и не имеет значения, каким образом выбрать **безвластный парламент** (Изв. 2006. 4 апр.).* Потеря самостоятельности и независимости главного исполнительного органа страны противоречит определению правительства как «ключевого звена государственного управления, принятия важнейших внутригосударственных и внешнеполитических решений», которое «всегда играет огромную, часто определяющую роль в механизме государственной власти» (ЭС). Образная составляющая концепта «правительство», заключающаяся в метафорическом сравнении с *государевыми министрами*, стирает его понятийный компонент и приводит к переключению его оценочного знака.

(147) *«Министры (от лат. minister) – **слуги правителя** при подборе **прислуги** ошибки неизбежны, но, в общем-то, не фатальны. Набрал **дураков** себе в отдел – потом этих выгнал, а набрал новых» (Изв. 2005. 4 окт.).* Экспрессивные негативно-оценочные номинации *слуги, прислуга, дураки* нейтрализуют понятийный признак концепта – орган исполнительной власти, путем гиперболизации недееспособности и зависимости правительства от президента, а также посредством отрицания наличия должных интеллектуальных способностей членов правительства.

(146) *«Подходим к ядру проблемы – “**умному**” **правительству**. В отличие, предположим, от горбачевского, это **правительство** действительно **начитанное**, свободно изъясняющееся на **экономическом суржике**. Иногда даже способно очаровывать складом и **гибкостью речи**, **артистизмом поведения** (Завтра. 2005. 9 марта).*

Приведенный фрагмент построен на имплицитном отрицании декларируемых положительных характеристик правительства: ум – заключается в иронические

кавычки, образованность перечеркивается «суржи́ком» (русско-украинский диалект) – элита общества образованные люди должны говорить на литературном языке, а гибкость речи и артистизм поведения – вовсе не те качества, за которые народ ценит и уважает свое правительство.

При репрезентации образа премьер-министра в сатирической картине мира имеет место акцентирование на несоответствии министра занимаемой должности на основе рассогласования психических и профессионально-деловых качеств действующего министра с характеристиками прототипного премьера:

(147) *«До сих пор в ходу было лишь понятие “технический премьер”, означавшее, что на посту главы правительства находится простой завхоз, не имеющий политических амбиций и во всем покорный воле стоящего над ним президента»* (Изв. 2004. 29 мая).

(148) *«М.Е Фрадкова за первого министра никто не считал, да и сам он к тому не особо стремился. Возможно, конструкция a la Louis Le Grand была для чего-то нужна, но в ней есть тот изъян, что с ней неудобно переводить стрелки на формального премьера»* (Изв. 2005. 18 янв.). В данных примерах автор фокусируется на такой прототипной психической характеристике премьера? как воля и независимость, которые, однако, не характерны для действующего политика. Под прототипной характеристикой понимается ожидаемая.

Характеристика отдельных министров в сатирической картине мира строится преимущественно на отрицании одного из понятийных компонентов концепта «политик» – человек, обладающий определенными качествами: морально-этическими, профессионально-деловыми, психическими (Шейгал 2004).

(149) *«... В столице этого короля жилось очень весело: почти каждый день приезжали иностранные гости, и вот явились двое обманщиков ...Зурабов и Греф поставили два ткацких станка и стали делать вид? будто усердно работают. Немало не стеснясь, они требовали для работы тончайшего шелку и чистейшего золота, все это припрятывали в карманы»* (МК. 2005. 18 янв.). В приведенном примере фельетонист привлекает внимание читателя и акцентирует антиценности морально-этического характера – мошенничество, воровство, обман.

(150) *«Иванов давно уже намозолил всем глаза своей сладковатой улыбкой, безволием, своей вывихнутой ногой, отмазыванием от суда сына»* (Завтра. 2005. 30

нояб.). Сатирик указывает на наличие у министра необходимых психических качеств прототипного политика – воли, независимости и характеристик морально-этического плана – честности и принципиальности.

(151) *«Медведев – ботаник, мажор, карьерист – в первое же появление на месте премьера обнаружил свою **сущность студента кулинарного техникума, тридцать лет назад показанного Хазановым: так же цепотью сложив маленькие ручки, терзал свои ногти**»* (Завтра. 2005. 30 нояб.). Посредством уподобления министра Медведева несимпатичному студенту кулинарного техникума фельетонист имплицитно выражает мысль об отсутствии мужества, уверенности в себе, решительности, воли.

(152) *«Конечно, можно опереться на министра финансов, который знает, что антиалкогольные меры – это убыль в казне. Но Алексей Кудрин **категорически отвергает мысль, что много денег – это хорошо**. С кем его только не сравнивают. С Гобсеком и Плюшкиным. С Буратино, который зарыл свои монеты в землю. Но он не сдается»* (ЛГ. 2006. 9 сент.). В приведенном фрагменте иллюстрируется мысль о низких профессионально-деловых качествах министра финансов – недалекости, отсутствии экономического расчета, отсутствии здравого смысла, скупости, доходящей до абсурда, которые ведут к негативному результату для экономики страны – убыли в казне.

Примечательно, что в сатирической картине мира политики практически отсутствует описание действий представителей анализируемого института. Однако в фельетоне имеет место констатация бездействия правительства, что является следствием образа правительства-придворных:

(153) *«Грызлов, Сечин, Миллер, Медведев, Фрадков – **ничем не прославились, ни одного мужественного самоотверженного поступка, ни одного достижения, никакой пользы стране – нам не за что их любить и уважать**»* (МК. 2005. 25 нояб.). В приведенном примере наблюдается стирание понятийного компонента концепта «правительство», поскольку отрицаются необходимость и польза для страны и народа данного политического органа. Данный пример иллюстрирует и результат деятельности правительства в фельетоне, оцениваемый сатириками как отрицательный, что приводит к реверсии ценностной составляющей концепта – *не за что их любить и уважать*.

В картине мира, представленной в фельетоне, сатирическому осмеянию подвергаются слабость, некомпетентность, недееспособность правительства. Смысловая рекомбинация приводит к реверсии ценностей, связываемых с прототипным, образцовым – дееспособным, сильным и самостоятельным правительством.

2.5.5. Концепты политических партий

Концепт «Единая Россия» представлен в сатирической картине мира преимущественно в образе партии власти, который находит отражение в номинациях *правящая партия, партия власти, «победители»*:

(154) *«К партии власти “Единая Россия” вдруг примешалась альтернативная партия власти в виде “Справедливой России”»* (МН. 2007. 29 июня).

Данный образ реализуется также посредством сравнения партии «Единая Россия» с партией КПСС, что имплицитно подразумевает мысль о ликвидации оппозиции и становлении однопартийной системы в стране, при которой Дума находится в прямой зависимости от президентской власти:

(155) *«У вашей партии (КПСС) всегда был один лидер — Генеральный секретарь. Никаких “троек”. И теперь у вашей (президента. – А.И.) партии (ЕдРо) опять один лидер. Вы.*

Неужели вы не заметили, сидя в президиуме, как похож ваш съезд на съезды КПСС? Все тот же набор: партанпаратчик, директор завода, ученый и премудрая ткачиха, которая по бумажке читает свои мечты и восторги» (МК. 2007. 8 окт.).

Намекая на схожесть партии «Единая Россия» с партией КПСС по параметру «состав партии – члены и делегаты», автор заостряет внимание на образе делегата съезда из Ивановской области *ткачихи*, иронично называемой *премудрой*. Понятийный компонент концепта «президент» – «управление демократическим государством» – нейтрализуется путем сравнения предвыборного съезда партии «Единая Россия» со съездами КПСС. Указывая на принадлежность съезда Путину (*ваш съезд*) автор акцентирует идею о возврате к тоталитарному прошлому страны вместо развития государства, согласно демократическим нормам. Так же, как и в предыдущем примере автор фельетона акцентирует идею 1) о движении к

тоталитарному устройству общества за счет указания на принадлежность президента к партии КПСС – *у вашей партии (КПСС)* и 2) о шагах президента к единоличному управлению государством.

(156) *«А вот мама не поддержала, говорит, подумаешь, подвиг — трёх медведей заменить. Да любой нормальный человек всех 500 медведей из списка стоит»* (СР. 2007. 6 окт.). Отклонение членов партии от нормы (образец, правило организации чего-либо, в основе которого лежат ценности и мораль) предполагает реверсию ценности концепта «партия», 500 членов которой, не соответствуя понятию нормы, могут быть заменены одним полноценным членом общества.

(157) *«Три дня побыли очень известные люди в первой тройке и – выбросились на ходу, освободили место для вас. Они готовы отдать вам свою кровь, почки, печень, костный мозг и даже головной (не очень-то он и нужен, если вы думаете за всех)»* (МК. 2007. 8 окт.). Эпизод события, связанный с решением единокороссов отказаться от формирования «тройки» лидеров партии, репрезентируется в сатирической картине мира в виде метафоры первого экипажа, запряженного в тройку лошадей, в котором освобождают место уже после начала движения. Гиперболизация понятийной характеристики концепта «политик» – «человек, придерживающийся какой-либо политической ориентации» и «принадлежащий к какой-либо политической партии» достигается путем экспликации готовности соратников президента оказать ему любую поддержку, которая выражается в гипертрофированной преданности и готовности уступить не только должность председателя партии, но и свои органы. Предположение сатирика о том, что головной мозг политиков-сторонников *не очень-то и нужен*, стирает такой понятийный компонент концепта «политик» как человек, обладающий определенным, достаточно высоким уровнем интеллекта.

Негативно-оценочный образ партии власти порождается номинацией *временщики*, означающей людей, достигших высокого положения и пришедших к власти, благодаря случайной близости к царю (БТСРЯ):

(158) *«Теснее смыкает ряды партия временщиков, красиво называемая «Единой Россией». Единство там корпоративное, рука руку моющее»* (Завтра. 2005. 30 нояб.). Помимо указания на близость и зависимость партии от власти, в примере № 158 акцентируется мысль о недобросовестности партийцев и несоответствии своим

же лозунгам. Корпоративность единства как профессиональная сплоченность, учитывающая интересы отдельной закрытой группы, противопоставляется названию партии «Единая Россия», подразумевающему ценность объединения вокруг интересов всех слоев и классов населения. Беспринципность и недобропорядочность членов партии эксплицируется путем апелляции к устойчивому сочетанию *рука руку моет* – явлению в биржевой торговле, свидетельствующему о возможном мошенничестве (Эк.С).

(159) *«Закон — тайга, медведь — хозяин (медведь имеется в виду натуральный, а не фиктивный — в форме “Единой России”»* (СР. 2007. 18 авг.). В данном примере автор также концентрирует внимание читателя на несоответствие «Единой России» выбранному образу медведя - национального символа силы и мощи.

Деятельность членов партии «Единая Россия» представлена в сатирической картине мира как праздное времяпровождение:

(160) *«всю неделю после выборов они непрерывно празднуют победу», «только “медведить” и остается, как делает эта публика в разноцветных плащах с президентским ликом, портретами «национального лидера» и плюшевыми мишками в руках.*

... и когда те, отпраздновавшись, выходят на волю, (москвичи, народ. —А.И.) требуют огласить весь список побед, большинство “победителей” сразу теряется и убегает. Но кое-кто из наиболее подкованных объясняет несознательным, что хотя ни Куликовской битвы, ни Сталинградской пока не выиграно, и даже футбольная недавно проиграна команде Израйля, зато победы одержаны на выборах в 2000, 2003, 2004, а теперь и 2007 году» (СР. 2007. 8 дек.). Приведенный пример иллюстрирует, что деятельность сторонников партии «Единая Россия» сводится к праздному времяпровождению. Партийцы в основном своем большинстве даже не в состоянии объяснить значимость события, которое празднуют, т.е. не могут перечислить политические достижения своей партии. Журналист рисует образ несознательного народа, который якобы существует в представлении активистов, т.е. наблюдается намеренное противопоставление народа и партийцев в дихотомии «свой – чужой». Статус политической победы партии «ЕР» на выборах президента в 2000 и 2004 гг., а также парламентских выборах 2002 и 2007 гг. понижается путем сравнения

этих событий с историческими военными победами, повлиявшими на дальнейший ход истории.

В речевой деятельности партии «Единая Россия» акцентируется склонность к безосновательным непродуманным обещаниям:

(161) *«Страшно рискует, например, председатель думы Б.В. Грызлов, который бодро пообещал, что в результате декабрьских выборов в Мосгордуму у «Единой России» будут 35 мандатов из 3»* (Изв. 2005. 9 сент.). Фельетонист высмеивает поведение лидера партии Б.В. Грызлова, поскольку обещание получить стопроцентную поддержку на выборах отрицает саму необходимость и ценность выбора.

В качестве результата деятельности партии «ЕР» выступает перспектива возвращения к тоталитарному прошлому страны посредством ликвидации оппозиции, становления однопартийной системы, вследствие чего власть сосредоточится в руках президента и Думы:

(162) *«"Государственный капитализм" кончится там, где начнется государственная монополия, а где начнется государственная монополия, там начнется и КПСС, даже если ее генсек будет избираться благодаря общенародной, а не внутрипартийной демократии. И не важно, как она будет называться. Ну, например, "Справедливая Россия" плюс "ЕдРо" равно Социалистическая партия РФ»* (МН. 2007. 2 авг.).

Концепт **«Справедливая Россия»** подвергается карнавализации в сатирической картине мира путем создания образа вспомогательной партии власти. В сатирической картине мира партии «Справедливая Россия» четко отводится второстепенное место в списке партий политической коммуникации в целом и партий, пропагандирующих политику Президента В.В. Путина, в частности:

(163) *«К партии власти "Единая Россия" вдруг примешалась альтернативная партия власти в виде "Справедливой России". Она обещает все то, чего "едроссы" позабыли пообещать»* (МН. 2007. 29 июня). Нередко в фельетоне упоминание о СР происходит в контексте с упоминанием о ЕР (что объясняется общностью политического курса партий и приверженностью президенту), причем Справедливой России отводятся вторые роли: *альтернативная партия власти, примешалась, обещает все, чего «едроссы» позабыли пообещать.*

(164) *«А, может быть, в “Справедливой России” ощущается нехватка журиновщины или решили собрать всех тунеядцев и демагогов, каких только можно. Конечно, это не простая задача, так как большинство из них уже прибрала “Единая Россия”. Однако как видим, резервы ещё имеются»* (СР. 2007. 1 сент.). Сатирик фокусирует внимание не только на общности партий по признаку идеологической приверженности президенту, но и по признаку отрицательных профессионально-деловых и морально-этических качеств членов партий.

(165) *«Мама, правда, пыталась мне доказать, что на самом деле никакой разницы между “эсерами” и медведями нет»* (СР. 2007. 6 окт.). В данном случае автор эксплицитно высказывает мысль о полном идеологическом сходстве партий.

Следующий пример иллюстрирует феномен соперничества партий ЕР и СР, характеризующий взаимоотношения партий в сатирической картине мира:

(166) *«Дискуссия между короткошерстным Б.В. Грызловым и кудлатым С.М. Мироновым, в ходе которой клочья шерсти так и летят, весьма сильно напоминает собачью свадьбу. Однако совершенно непонятно, с кем в рамках этой смелой параболы следует сравнивать В.В. Путина, за благосклонность которого грызутся спикеры»* (Изв. 2007. 19 марта). Конкуренция партий и их лидеров за поддержку президента и звание «первой партии власти» отражается в зооморфной метафоре *собачья свадьба*, где фокусировка и гиперболизация внешних данных партийных лидеров (*короткошерстный Грызлов и кудлатый Миронов*), лежащих в основе образа собак, дополняют метафорическое сравнение. При этом полностью редуцируется понятийная составляющая концепта «партия», заключающаяся в необходимости поддержки избирателей на выборах.

Интерпретация деятельности и создание образа партии СР в сатирической картине мира происходят в совокупности с анализом образа лидера партии СР С.М. Миронова. В фельетоне С.М. Миронову характерен образ 1) верного паладина президента (или оруженосца) и 2) глупца.

Первый образ построен на гиперболизации приверженности С.М. Миронова президенту, доходящей в фельетоне до крайней степени:

(167) *«С.М. Миронов всегда готов выполнять пожелания В.В. Путина»* (МН. 2007. 19 окт.);

(168) *«лидер СР, ознакомившись с романом В. Скотта, вероятно предположил, что сходная коллизия будет и у нас. В.В. Путин, подобно Ричарду Львиное Сердце, в 2008 г. отправится в крестовый поход, а при его порочном и слабохарактерном преемнике государственные дела пойдут неправильно. Но в 2012 г., преодолев все трудности, В.В. Путин при поддержке верного паладина С.М. Миронова вернет себе престол, и стабильность вновь воссияет. Правда, в рамках этой модели С.М. Миронову придется потерпеть гонения от преемника, но его, как человека мужественного, это, разумеется, не остановит»* (Изв. 2007. 13 авг.).

В приведенных примерах лидер партии СР С.М. Миронов представлен как помощник и защитник президента, лишенный своей собственной программы, планов и перспектив политической карьеры, поскольку вся деятельность Миронова направлена на поддержку президента. В данной ситуации наблюдается переключение оценочного знака концепта «политик», поскольку в сатирической картине мира образу Миронова-оруженосца не характерны независимость политической деятельности и неотъемлемая психическая характеристика политика – воля.

(169) *«Может, всё это кремлёвская затея, просто в довольно путаном исполнении главы “сенаторов” Миронова? Такое ведь не раз уже случалось. А тогда логику и юридические основания вполне можно и обнаружить»* (СР. 2007. 17 окт.). Образ Миронова-паладина создается за счет интерпретации действий главы партии СР как исполнителя поручений верховной власти.

В образе Миронова-глупца объектом насмешки являются профессионально-деловые качества – степень профессионализма и психическая характеристика политика – интеллект.

(170) *«Следует отдать должное лидеру СР. О коррупции сказано бесчисленное количество речей и написано неисчислимое количество книг, но связь взяточничества с плодородием впервые была рассмотрена С.М. Мироновым. ...Низкий уровень чиновной коррупции порой бывает мало связан с коррупцией нравов, откуда рукой подать до тревожащей С.М. Миронова демографической проблемы»* (Изв. 2007. 23 марта). Ироничный комментарий фельетониста по поводу высказывания С.М. Миронова в беседе с В.В. Путиным о борьбе с коррупцией «как с болезнью, которая разъедает государство и может быть серьезным препятствием к достижению поставленных целей, в том числе в решении демографических проблем»

(ИНТЕРФАКС, www), представляет лидера СР как человека, не способного к анализу и не отличающегося интеллектуальными способностями.

(171) *«Председателю СФ оно еще извинительно – будучи занят делами справедливости, он Конституцию не читал» (ИЗВ).* Нейтрализация ценностного компонента концепта «политик» осуществляется путем высмеивания низкой профессиональной компетентности политика – лидера партии, который незнаком с главным политическим документом страны.

Иронично-сатирическое обыгрывание названия партии, в котором заложены доминирующая идея и ценность партийной программы – справедливость, нацелено на реверсию декларируемой ценности. Понятие справедливости, с одной стороны, связано с результатом правильно функционирующего механизма отправления закона, с другой стороны, справедливость представляет собой апелляцию к ценностям более высокого порядка, чем воплощенным в законе. Таким образом, комический эффект достигается за счет противопоставления исповедуемой ценности справедливости, основанной на принципе законности, и незнания Конституции как Основного Закона страны.

(172) *«Я же бросать вручённую газету не стала, зачем лишний раз мусорить, да и любопытно: что пишут теперь **самозванные “эсеры”**. Самозванные, потому что настоящие эсеры были, как ни крути, партией социалистов-революционеров, эти же и не революционеры никакие, и тем более, не социалисты. Ну посудите сами, какой такой социалист, например, недавний **ближайший соратник Жириновского Алексей Митрофанов или олигарх** средней руки и большой друг украинских «оранжевых» Александр Бабаков, ныне возглавляющий фракцию “Справедливой России” в Госдуме» (СР. 2007. 17 нояб.).*

Акцентируя внимание на фонетическом сходстве, – название партии С.М. Миронова созвучно с названием партии «эсеров» социал-революционеров 1901 – 1922 гг., сатирик отрицает следование партии Миронова социалистическим ценностям, основанным на принципах равенства прав и возможностей людей, государственного регулирования экономики и приоритета общественной собственности (ЭКС).

(173) *«А что же **справедливый Миронов?** Ну, ладно, **наплевать ему на людей,** в этом здании работающих, которые на целый месяц остались вообще без окон»*

(СР. 2007. 17 нояб.). В данном фрагменте, иллюстрирующем безразличное отношение лидера С.М. Миронова к гражданам, нейтрализуется ценность справедливости как атрибута партии СР.

Действия партии СР и её лидера сводятся в сатирической картине мира к

1) речевой деятельности обещаний:

(174) *«Вот и “Справедливая Россия” мечтает построить социализм XXI века и объявляет путинский призыв в свою изрядно заскучавшую после съезда “Единой России” партию»* (МН. 2007 9 нояб.),

(175) *«Пенсии и низкие вплоть до 2050 года – “эсеры” обещают повысить... Оборонке дают ровно столько, чтоб не сдохла, – тов. Миронов и друзья обеспечат всем по справедливости»* (МН. 2007. 29 июня);

2) действиям, являющихся следствием образа Миронова-глупца, и характеризующихся неадекватностью и нелепостью:

(176) *«... в Челябинске под управлением лидера СР С.М. Миронова силач Э. Нигматуллин тащил за собой “КамАЗ” “вдоль растяжки, на которой было написаны проценты голосов, которые наберут СР на предстоящих выборах” и докатился до отметки в 85 %. Рассматривать результаты упражнений с тяжестями как электоральные пророчества – очень многообещающее начинание. В дальнейшее развитие креатива можно напомнить про место из классической поэмы “Лука Мудищев”, где предок главного героя – “Один Мудищев был Порфирий, // При Ионе службу нес”, и “Порой смешил царя до слез» оригинальным способом поднятия гирь»* (Изв. 2007. 6 июля). Высмеивая и слишком высокую, несоответствующую реальности заявку Миронова на поддержку избирателей, и прием предвыборной кампании, фельетонист посредством создания интертекстуальных связей с прецедентным текстом указывает на неадекватность и курьезность действий политика.

(177) *«Главный сенатор этот в последнее время всё ахинею какую-то несёт про социализм XXI века, хотя за льготный закон тоже голосовал. Какой социализм, если элементарные пособия пожилым и больным гражданам отменили — непонятно! А потом и того хуже. Создал свою партию, “эсеров” каких-то, и говорит, президент — хороший, а партия медведей — плохая»* (СР. 2007. 6 окт.). Резкая негативная оценочность достигается включением в текст грубой разговорной

лексемы *ахиня*, нацеленной на отрицание интеллектуальных качеств политика. В качестве мотивировки оценки выступают заключения автора о противоречии декларируемых ценностей реальной действительности – закон о монетизации льгот, по мнению сатирика, является антисоциальным.

(178) *«Миронов, пожалуй, даже чересчур верен идее сильного социалистического государства, хотя вообще-то люди не "под погонами" сейчас почти не демонстрируют патриотизм. Я лично боюсь, что Миронов может, став президентом всея Руси, показать такую "кузькину мать", какую и Хрущев показывать не решался»* (МН. 2007. 28 сент.). Прогнозируя действия С.М. Миронова в роли президента, фельетонист придерживается образа Миронова-глупца, которым руководит гиперболизированная приверженность идеям социализма, что в случае победы на президентских выборах приведет не только к возврату к советскому прошлому, но и ряду неадекватных и непредсказуемых действий.

В сатирической картине мира **партия СПС**, как правило, представлена в негативном контексте, в котором акцентируется коррупционность партии, её связь с олигархией, что имплицитно выражает мысль о стремлении партии к власти с целью реализации собственных задач, а также задач коммерческих структур, финансирующих деятельность партии:

(179) *«И недаром Союз правых сил устами своего лидера Н. Белых заговорил о реставрации социализма. И даже объявил **предателями всех олигархов, кто не дал ему денег**»* (МН. 2007. 9 нояб.). В данном фрагменте выражается мысль о том, что партия поддерживается крупными финансовыми структурами, стремящимися к власти. Утверждение *олигархи, которые не дали денег*, влечет за собой мысль, что есть олигархи, которые оказали поддержку партии.

(179) *«Но в кадровой политике СПС действует маркетинговый прием Генри Форда – “вы можете купить “Форд” любого цвета при условии, что он будет черным”. Соответственно “вы можете избрать председателем СПС кого угодно, при условии, что **вся политика партии будет определяться в РАО “ЕЭС”**. Тогда и вправду, к чему страсти?»* (Изв. 2004. 1 июля). Данный пример иллюстрирует, образ партии СПС как партии олигархов, которая в случае прохождения в Госдуму, будет осуществлять политику спонсоров, а не выражать интересы избирателей.

Деятельность партии СПС рисуется в сатирической картине мира как праздная. Действия членов партии СПС сводятся к праздному (*целуются, общаются, делятся радостями, каждый вечер на пьянках, постоянно пьёт и гуляет, бесится с жиру*) и чрезмерно дорогостоящему времяпровождению (*за вечер прожигает больше, чем академик зарабатывает за полгода*), акцентируется внимание на атрибутах роскоши (*открытие магазина бриллиантов, салона супердорогих автомобилей, лимузин*):

(180) *«Пойдут ли люди голосовать за оппозицию? Смотря за какую. Смотря за кого. Если во главе будут Хакамада, Немцов и прочие лидеры правых — оппозицию ждет неминуемый катастрофический провал. Возьмите подшивку “Коммерсанта”, почитайте “светскую хронику” — эти люди каждый вечер на пьянках. То открытие магазина (бутика) бриллиантов, то открытие салона супердорогих автомобилей (от трехсот тысяч долларов и выше). Что наши демократы делают там? Клеймят буржуев позором? Нет, целуются, общаются, делятся радостями... Когда они читают? Что они читают? Что у них в голове? Скажите, что в душе человека, который постоянно пьет и гуляет с Ксюшами, Тайванчиками и собачками Конеген (и что очень важно — на чужие деньги)? Вот оппозиционера под утро везут спать, а он смотрит через тонированное стекло лимузина на первых прохожих и с грустью думает о судьбе народа.*

Эта компания несколько лет бесится с жиру, а теперь хочет, чтобы бедные учителя, врачи и т.д. за них проголосовали. Чтобы что? Чтобы пожизненно остаться с устрицами и шампанским? Чтобы там, на вечеринках, было больше хороших людей?

«Кто их кормит и за что? Что в голове у человека, который за вечер прожигает больше, чем академик зарабатывает за полгода?» (МК. 2004. 10 дек.) В данном примере эксплицируется мысль об оторванности партии СПС от народа путем создания контраста времяпровождения и уровня материальной обеспеченности членов партии и представителей народа (*под утро везут спать – первые прохожие, бутик бриллиантов, лимузин, устрицы, шампанское – бедные учителя, врачи*). Фельетонист так же, как и в предыдущих случаях привлекает внимание читателя к источнику финансирования деятельности партийцев *на чужие деньги, кто их кормит и за что?*. В сатирической картине мира партия СПС стремится к власти с целью

обеспечения реализации собственных интересов (*пожизненно остаться с устрицами и шампанским, чтобы там, на вечеринках, было больше хороших людей*).

(181) «Теперь СПС и “Яблока” нет в Думе. Им горько, а нам полезно. Это избавляет нас от пустых иллюзий. Они “как бы были”, и, надеясь на них, мы не делали ничего» (МК. 2004. 10 дек.). Смысловая рекомбинация концепта построена на акцентировании полной бесполезности партии путем стирания понятийного компонента – выражения интересов определенной социальной группы.

Все примеры, отражающие образ и деятельность партии СПС, в сатирической картине мира свидетельствуют о полном стирании положительного оценочного знака концепта партии СПС. В анализируемой картине мира имеет место разрушение понятийной составляющей концепта «партия», включающей такие компоненты, как политическая организация 1) определенной идеологической ориентации; 2) выражающая интересы определенного общественного слоя; 3) во главе которой находятся наиболее активные представители от данного общественного слоя; 4) декларирующая определенные цели и задачи; 5) ориентирующаяся на ряд определенных ценностей и идеалов. В сатирической картине мира СПС представлена как партия, выражающая интересы крупных финансовых структур. Во главе партии находятся бывшие чиновники и депутаты кризисного постперестроечного этапа развития страны, противопоставляемые народу по уровню материального благосостояния, роду деятельности, интересам. Истинной целью партии являются личное обогащение и законотворчество в интересах коммерческих организаций, материально поддерживающих СПС.

2.6. Характеристики сатирической картины мира в политическом фельетоне

Проведенный анализ показал, что сатирическая картина мира политики, представленной в фельетоне, характеризуется высокой степенью идеологической ориентированности, стереотипностью, оценочностью, реалистичностью, карнавальностью, гротескностью.

Идеологическая ориентированность сатирической картины мира проявляется как на первом этапе отбора событий действительности, так и на втором этапе

когнитивного моделирования концептов. Отбор событий, их сортировка, определение порядка предъявления, отведение определенного количества времени эфира или объема печатного текста для освещения выбранного события определяются идеологической позицией СМИ.

Исследователи сходятся во мнении, что существенную часть картины мира занимает система идеологических взглядов (Черносвитов 2007; Шкайдерова 2007).

Анализ словарных статей позволил определить, что идеология 1) является системой концептуально оформленных представлений, идей и взглядов; 2) нацелена на выражение интересов, мировоззрения и идеалов различных субъектов политики – классов, наций, общества, политических партий, общественных движений; 3) выступает формой санкционирования или существующего в обществе господства власти; 4) характеризует отношение к той или иной действительности (ЭС, ФЭС, ПЭ). Иначе говоря, идеология представляет собой образец мнений и убеждений, которыми люди пользуются для объяснения и оценки мира таким образом, чтобы сформировать, установить, направить и оправдать определенные формы и методы деятельности (СПЧ).

Идеология характеризуется совокупностью ценностных ориентаций, образующих системное целое, для экспансии которых идеология использует все доступные средства влияния на общественное сознание (Слышкин 2004). Любая идеология опирается на ценности и, тем самым, предстает как система смыслов, обеспечивающая постижение и толкование ценностных суждений о мире и обществе. Ценности являются доминирующими элементами в таких формах общественного сознания, как правовое, политическое, нравственное, философское, религиозное, эстетическое (Зеленский 1990: 13). Структурными элементами идеологии являются политические теории и политические идеи, общественно-политические идеалы, ценности, политические программы, политические силы. В качестве специфики идеологии выделяют тот факт, что идеология создается благодаря деятельности идеологического аппарата партий и социальных движений – идеологов, политиков, ученых (НФЭ, ПЭ).

Идеологическая ориентированность сатирической картины мира основана на ценностном отношении к политическим процессам и событиям.

Внедрение идеологических ценностей в сознание широкого круга масс носит осознанный и целенаправленный характер и находит воплощение в ряде идеологизированных текстов, становящихся впоследствии идеологическими ценностями. «Идеология ориентирует своего носителя на некие действия, направленные на изменение или сохранение существующего порядка вещей. Необходимым условием успешности идеологии (т.е. закрепления ее ценностей в концептосфере социума) является использование ею для пропаганды своих ценностей дискурсов наиболее влиятельных социальных институтов» (Слышкин 2004: 86 – 87).

Идеологическая ориентированность сатирической картины мира проявляется как посредством отражения концептов идеологических доктрин – «коммунизм», «либерализм», «демократия», так и апелляции к общечеловеческим ценностям.

Е.И. Шейгал и Е.В. Бакумова (2001) предложили разграничение идеологем, как языковых носителей идеологических концепций по характеру репрезентируемых ценностей: морально-этические, профессионально-деловые и групповые – патриотические, патерналистские, либеральные, которые инкорпорируются в политические тексты СМИ и лежат в основе идеологического воздействия, т.е. в основе интерпретации событий действительности с позиции идеологической ориентированности представителя СМИ. Для жанра политического фельетона характерны все типы идеологем, представляющие морально-этические ценности, и идеологемы, связанные с профессионально-деловыми ценностями субъектов политической коммуникации, а также идеологемы, выражающие ценностные ориентации. Примечательно, что в фельетоне апелляция к ценности происходит путем акцентирования антиценности.

(182) *«В ранних демократиях существовало принятие решений посредством аккламации – когда правой признавалась та сторона, которая кричала громче. Развитие дела Литвиненко показало, что в демократиях зрелых аккламация отнюдь не утратила значения»* (Изв. 2007. 24 июля). В данном примере автор апеллирует к концепту «демократия», идеологеме, представляющей либеральные ценностные ориентации, указывая на то, что современная зрелая демократия пользуется теми же методами, что и демократия на раннем этапе своего становления. Данный фрагмент направлен на отрицание ценностной сущности концепта «демократия» – следование нормам демократического управления государством.

(183) *«Фрадков – премьер политической эстрады. Человек ироничный, а значит, абсолютно не верящий даже в ценности рынка. Остальные – чиновники, более или менее хлопотливые исполнители обязанностей»* (Завтра. 2005. 3 мая). В данном примере отрицается понятийная характеристика концепта «политик» – приверженность к какой-либо политической ориентации, т.е. системе идеологических взглядов. Фельетонист создает образ премьера, не следующего ни ценностям демократии, ни ценностям рынка.

В основе идеологической ориентации сатирической картины мира политики, представленной в фельетоне, лежат объяснение и оценка. В сатирической картине мира имеет место представление общественно политической действительности в упрощенно-структурированной системе. Формулируя проблему, развенчивая миф или критикуя действия представителей политических институтов, фельетонист разъясняет свою позицию адресату. Идеологическая оценка в сатирической картине мира производится с оппозиционной точки зрения фельетониста, базируется на исповедуемых им идеологических ценностях и характеризуется биполярностью. «Одна и та же ценностная категория, занимающая достаточно высокое место в ценностной иерархии, привлекается для обоснования совершенно различных действий» (Баранов 1990:170). Таким образом, фельетонисты и крайне левых, и центральных изданий апеллируют к ценностной системе концепта «демократия» с целью критики действий власти и обоснования противоположных идеологических позиций.

Идеологическая ориентированность сатирической картины мира интерпретирует действительность не с целью ее объективного познания, как, к примеру, научная картина мира, а с целью оправдания тех или иных групповых интересов. Отражение действительности в идеологической картине мира происходит через призму определенных ценностных доминант, определяющих вектор оценок фрагмента действительности.

Как показал анализ материала, интегрирующим элементом в сатирической картине мира политики выступает концепт ценностной ориентации «демократия», апеллируя к которому фельетонист стремится разоблачить политиков, как правило, декларирующих данную политическую идеологию, но в действительности, ей не следующих.

Базовым понятийным компонентом концепта «демократия» является народовластие (Филиппова 2007). Помимо народовластия, концепт «демократия» включает в себя ряд «концептов, обозначающих особую форму гражданской культуры, поведения, основанного на принципах уважения к личности, терпимости и гражданской ответственности, которые формируют ее ассоциативно-расширительный признак» (Там же: 108). В основе данного признака лежит апелляция к таким признакам как права человека, всеобщие и прямые выборы при обеспечении реального равноправия и состязательности кандидатов, принцип разделения властей как система сдержек и противовесов, принцип подчинения меньшинства воле большинства, равенство, свобода, верховенство закона, плюрализм мнений, принципы сотрудничества и компромисса и некоторые другие (Там же).

«Ценностный компонент базового признака представлен амбивалентностью оценок» (Там же: 191). В картине мира, представленной в фельетоне, концепт «демократия» представлен в контексте отрицательных оценок, что, по мнению М.А. Филипповой, связано с «признанием нереализованности на практике тех или иных демократических принципов» (Там же: 191).

В сатирической картине мира апелляция к концепту «демократия» имеет место на двух уровнях. Первый уровень основан на упоминании имени концепта или таких его понятийных компонентов, как «свобода» («либерализм»), «выборы» и пр.:

(184) *«Чтобы российские избиратели и впредь не могли помешать этой управляемой из Кремля демократии, власть отменила выборы по одномандатным округам, сведя народное волеизъявление к вешняковской “спецарифметике” с предсказуемыми результатами* (ЕЖ. 2005. 3 окт.).

С одной стороны, в приведенном примере эксплицируются понятийные компоненты концепта «власть», ассоциирующиеся с демократической системой правления – «избиратели», «выборы», «народное волеизъявление». С другой стороны, парадоксальное утверждение *чтобы избиратели не могли помешать ...демократии* сводит на нет, перечеркивает эти понятийные компоненты: как могут избиратели помешать демократии, если суть демократии в свободном волеизъявлении избирателей? Доминирование негативно-оценочных смыслов, подкрепленное ироническими эпитетами *управляемая, предсказуемый, вешняковская*

специарифметика, выражает социальную позицию автора, резко осуждающего несоблюдение демократических ценностей.

(185) «Свобода слова и как отблеск божественной природы человека – и Гусинский с Березовским» (Изв. 2004. 21 апр.). Посредством апелляции к прецедентной ситуации ареста В.А. Гусинского и объявления Б.А. Березовского в международный розыск фельетонист указывает на покушение власти на свободу слова как одну из демократических ценностей.

(186) «С либеральной идеей случилось то, что уже случилось, – недаром М.Б. Ходорковский употребил перфективную форму» (Изв. 2004. 24 июня). В данном случае наблюдается имплицитное указание на отступление от демократических свобод путем отсылки к прецедентному высказыванию Б.М. Ходорковского.

(187) «*Диктатура закона обернулась практикой произвольных опал на основе личного гнева*» (Изв. 2004. 24 июня). Верховенство закона как понятийный компонент концепта «демократия» подвергается в данном контексте гиперболизации до крайней степени *диктатура закона*, в результате чего, сконцентрировавшись в руках ограниченного круга власти (президента), закон становится инструментом насилия.

Второй уровень апелляции к концепту «демократия» происходит посредством анализа признаков и характеристик субъектов политической коммуникации и с точки зрения соответствия демократическим нормам. Как правило, в этом случае стирается понятийное ядро концепта «демократия» – народовластие. Сосредоточение власти в руках президента, безвольные парламент и правительство, сфабрикованные выборы, однопартийная система характеризуют деятельность субъектов политической коммуникации в сатирической картине мира и являются свидетельством нарушения демократических норм.

Реалистичность. Сатирическая картина мира представляет собой отражение реальной действительности и является неким дублером информационной картины мира, организованным по принципу ценностной ориентации. Количество фрагментарных картин мира неисчислимо и зависит от угла зрения, под которым рассматривается объективная действительность (Постовалова 1988). В художественном дискурсе общественные пороки нередко подвергаются критике и осмеянию в вымышленном контексте, в то время как в фельетоне социально-

политическое зло подвергается разоблачению и осмеянию посредством анализа актуальных событий реальной действительности.

В сатирической картине мира политики, отраженной в фельетоне, в качестве действующих лиц выступают реальные политические персоны, которые находятся на современной политической сцене – действующий президент, кабинет министров, Дума, политические партии. В политическом анекдоте наряду с современными политиками действуют исторические персонажи и политические деятели различных эпох и периодов. Для политического фельетона в целом характерно обращение к историческим героям, однако они являются действующими лицами в фельетоне, апелляция к прецедентным именам и ситуациям имеет целью проведение аналогии и создание комического эффекта.

Оценочность сатирической картины мира является одной из её ведущих характеристик, задаваемых модальностью жанра и обусловленных самой природой сатиры как вида комического, предполагающих обязательное свойство оценочности и эмоциональной негативной окрашенности. В качестве нормы или оценочного стереотипа в сатирической картине мира выступают концепт политической ориентации «демократия», а также морально-этические и профессионально-деловые ценностные характеристики политиков. Оценочность сатирической картины мира соотносится с ценностно-нормативным признаком, отраженным в идеологической направленности.

Оценочность тесно связана с модальностью как категорией текста. В основе оценочной модальности лежит оценочное отношение субъекта оценки к объекту. Под оценкой, вслед за Е.М. Вольф, мы будем понимать «семантическое понятие, подразумевающее ценностный аспект значения языковых выражений, который может интерпретироваться как «А (субъект оценки) считает, что Б (объект оценки) хороший/плохой» (Вольф 1985: 5 – 6). Субъект оценки в политическом фельетоне может быть представлен имплицитно, т.е. оценка высказывается от «общего мнения» или вообще не имеет субъекта. Однако характерной для анализируемого жанра является эксплицитно выраженная оценка, субъектом которой является фельетонист, реже политики, высказывания которых приводятся в качестве аргументации.

В качестве объекта оценки выступают власть и её институты, конкретные политические деятели, политические события и процессы, в некоторых случаях – народ.

Элементами оценочной структуры являются шкала оценок и стереотипы (норма), на которые она ориентирована, а также мотивировка оценки, являющаяся разновидностью аргументации (Вольф 2006).

Основанием для оценки является норма или оценочные стереотипы, т.е. социальные представления о том, что такое хорошо и плохо для данного объекта (Там же). Позиция «хороший» является при оценке исходной и задается нормой (Там же), ценностью. Политический фельетон построен на отрицательной оценке, т.е. отрицании наличия у объекта оценивания характеристик, соответствующих норме или ценности, указывая, таким образом, каким должен быть объект оценки. В данном случае речь идет о конструировании образа прототипного политика и его действий «от противного». Однако в рамках политической коммуникации, в основе которой лежит противостояние идеологий, невозможно уставить четкие критерии эталонной власти.

Представляется, что в рамках политической коммуникации основанием для оценки выступают политические ценности. В основе оценочных стереотипов политического фельетона лежит ценность демократии, включающей в себя свободу слова, печати, выбора, собственности.

(188) *«Внутренняя ротация “элит” вокруг кормушки – явление естественное, к нему надо просто уметь приспособливаться. Вот посмотрите на господ Чубайса, или Лужкова, или Шаймиева. Уже второе десятилетие на первых ролях – и как устроились! И при деньгах, и при власти, и желанные гости на телеэкране, и **вечно славят верность принципам демократии** и мудрость нынешнего руководителя, и клянутся, что не допустят поворота к тяжкому наследию прошлого. **Лоялисты, демократы, державники, патриоты, эффективные предприниматели, борцы с олигархией, спонсоры и бессребреники в одном лице**»* (СР. 2007. 8 дек.). Автор акцентирует внимание читателя на том, что современную власть составляют беспринципные политики, заинтересованные исключительно в собственном обогащении и декларирующие демократические ценности с целью маскировки истинных мотивов. Данный пример иллюстрирует не только ориентировку сатирика

на оценочный стереотип демократии, но и на морально-этические и профессионально-деловые качества политиков как стереотип-ценность.

Современному фельетону свойственна критичная негативно-оценочная модальность, которая задается идеологической позицией сатирика, его разоблачительной установкой, коммуникативной целью жанра, оппозиционностью, высокой степенью агрессивности.

Карнавальность сатирической картины мира заключается в смеховом обыгрывании концептов политической коммуникации. Политические и социально-экономические процессы, события, явления или проблемы, которые не принято обсуждать в том или ином ракурсе, в сатирической картине мира могут быть представлены в карнавальном осмыслении. Карнавализация как соединение сакрального и профанного начал (Бахтин 1996) приводит к десакрализации ценности концептов политического дискурса, развенчанию политических мифов, а также к деидеологизации общества (разрушению идеологии власти), к актуализации культурных и общечеловеческих ценностей.

В сатирической картине мира, которой в целом характерно ценностное обращение, мир политики представлен в «перевернутом» виде. Политические деятели в фельетоне исповедают антиценности материального обогащения, бюрократизма, удержания власти в целях личной выгоды, халатности, праздности.

Субъектам политической деятельности в сатирической картине мира свойствен ряд образов, посредством которых эксплицируются истинные, как правило, неблагоприятные мотивы и цели политиков, их черты характера, манеры поведения. В сатирической картине мира вскрывается все то, что в реальной картине мира не находит освещения.

Стереотипность сатирической картины мира проявляется в клишированных формах выражения позиции автора, отражая тем самым ментальные стереотипы.

В исследовании В.И. Постоваловой отмечается, что «...картина мира есть всегда определенная идеализация действительности» (Постовалова 1988: 65), т.е. «одностороннее изображение какого-либо объекта со стороны его положительных качеств при полном игнорировании качеств отрицательных» (ЛЭ). Однако карнавальность сатирической картины мира приводит к тому, что идеализация как фокусирование на положительных характеристиках в сатирической картине мира

сменяется акцентированием на негативных образах. Другими словами, идеализация уступает место общему негативизму. Однако и в том, и в другом случае имеют место упрощение и подведение получаемых знаний под сформированные стереотипы. Необходимо, однако, заметить, что различные картины мира будут характеризоваться различной степенью стереотипности. Результаты проведенного анализа содержательной структуры сатирической картины мира демонстрируют высокую степень стереотипности. Стереотип как относительно устойчивый и упрощенный образ некоего объекта или феномена складывается в условиях дефицита информации (СП), возникающего, в частности, при одностороннем освещении событий.

И.В. Рогозина отмечает, что медиакартина мира обладает моделирующим свойством, поскольку, фокусируя внимание адресата на определенном аспекте или фрагментах действительности, оказывает воздействие на его мнения, установки, задавая определенные типы поведения (Рогозина 2003). Полагаем, что данное утверждение справедливо и для сатирической картины мира, так как она, в свою очередь, входит в пространство медиакартины мира.

Поскольку в качестве одной из важнейших характеристик сатирической картины мира выступает идеологическая направленность, необходимо отметить значимость стереотипа для идеологии в целом. Стереотипность является одним из аспектов идеологии и заключается в попытке «упразднить всякое непосредственное видение мира, его творческое "открытие" в актах индивидуального опыта, предлагая взамен рутинное "узнавание" готовых клише, топосов, набором которых одна идеология как раз и отличается от другой» (Косиков 2001: 11).

Так, в картине мира, отраженной в фельетоне, восприятие президента и его стиля управления государством нашло отражение в образах президента-монарха, военачальника, лилипута, наследника, хапуги.

Таким образом, несмотря на художественность жанра, политический фельетон способствует созданию упрощенной, стереотипной картины мира.

Гротескность сатирической картины мира состоит в чрезмерном преувеличении негативных характеристик объекта до фантастического образа, в результате чего происходит карикатурное искажение объективной действительности. «Для того чтобы мир неблагополучия и неупорядоченности стал миром смеховым, он должен обладать известной долей нереальности. Он должен быть миром ложным,

фальшивым, в нем должен быть известный элемент чепухи, маскарадности. Он должен быть миром всяческих обнажений, нелогичности, нестройности, нереальности» (Лихачев 2001: 379).

Гротеск как художественный прием и как высшая степень комического представляет собой способ глубокой социологической интерпретации окружающего мира, остро и эффективно вскрывающий пороки (ЛЭС; Рягузова 2007). Гротеску свойственно расхождение с реалистическим изображением явления действительности благодаря гиперболизации, искажению реальных взаимоотношений отдельных элементов и субъектов, использованию контраста планов реального и ирреального, возвышенного и вульгарного, а также для введения двухплановой действительности (ЛЭ).

П.М. Бацилли указывает на иносказательность гротеска, отмечая в качестве его необходимого условия отрешенность от жизни, связанную с отношением к жизни как «инобытию» (Бацилли 2000). Гротеск этим исследователем трактуется как «изображение смешного в трагическом, или трагического в смешном» (Там же: 442).

Л.Н. Рягузова отмечает, что для гротеска характерны отрицательно оценочное восприятие и комический эффект, сочетание несочетаемого. «В современной теоретической рефлексии гротеска доминируют признаки “сочетания несочетаемого” (живого/ мертвого, рационального/ бессмысленного, вещественного/ духовного, видимого/ невидимого, порядка/ хаоса, игры /серьезности, делимого/ неделимого) и “смешение чувств”: трагического/ комического, смеха/ ужаса» (Рягузова 2007: 438).

Гротеск в сатирической картине мира используется для указания на абсурдность и неадекватность действий представителей власти, особую опасность сложившейся политической ситуации.

(189) *«Заметки – средство морального воздействия. Оно может сработать, если у адресата есть совесть. А у правительства её нет»* (МК. 2005. 25 нояб.). В приведенном примере автор акцентирует внимание на оторванности власти от народа, достигшей крайней степени. Фельетонист поляризует народ и власть в гротескной фантазии, в которой совесть как «внутреннее осознание моральности своих поступков» (БТСРЯ) принимает вещественный характер.

(190) *«Дракон сражается за власть. А власть ему для чего? ...Дракон предпочитает давить. Как только он вступает в дискуссию, он проигрывает»* (МК.

2007. 8 окт.). Гротескная гиперболизация силы президентской власти до сказочного образа дракона как символ разрушительных сил зла свидетельствует о разрушительном курсе политики президента, ведущей, по мнению фельетониста, к однопартийной системе и единовластию.

Таким образом, сатирической картине мира свойственна гротескность как чрезмерное преувеличение негативных аспектов политиков, высокая степень резко-негативной оценочности, карнавальность как смеховая, «перевернутая» репрезентация концептов, реалистичность как отражение действительной политической ситуации. Стереотипность сатирической картины мира заключается в формировании сатириком преимущественно ментальных стереотипов-образов с целью подведения сложной многоплановой действительности к её упрощенному одностороннему восприятию читателем. Идеологическая ориентированность анализируемой картины мира состоит в акцентировании определенных идеологических ценностей, исповедуемых фельетонистом. Важным интегрирующим элементом сатирической картины мира политики, представленной в отечественных фельетонах 2002-2007 гг., является концепт «демократия». Критикуя и высмеивая действия субъектов власти, сатирик обличает власть в нарушении провозглашаемого политического курса, независимо от идеологической позиции издания.

Выводы к главе 2

1. Когнитивно-информационную базу фельетона составляет сатирическая картина мира, которая представляет собой фрагмент общей языковой картины мира. Эмоционально-оценочный спектр сатирической картины мира тяготеет к негативно-обличительному, основанному на осуждении и обвинении.

2. Обличительной интенцией фельетона обусловлен особый статус концепта «виновник» в сатирической картине мира политики. Данный концепт пересекается с концептами, составляющими содержание сатирической картины мира – системообразующими концептами политического дискурса, прежде всего, концептами субъектов политики.

3. Структурными элементами сатирической картины мира политики в фельетоне являются субъекты политики, действия субъектов и результат действия

субъектов политики. Концепты субъектов политики («президент», «власть», «правительство», концепты политических партий) в сатирической картине мире представлены через набор стереотипных образов. Действия субъектов политической коммуникации отражаются в редуцированном виде, результат действий носит неблагоприятный, деструктивный характер.

4. Содержательно-тематическое ядро фельетона структурируется когнитивно-информационными категориями «событие», «проблема», «концепция». Конструирование образа действительности в фельетоне проходит следующие этапы: представление события, определение проблемы в результате анализа события, формулировка концепции как точки зрения фельетониста на данную проблему.

5. Сатирическое преобразование информации происходит в результате карнавализации концептов, которая является одной из стратегий рекомбинации концептов. В основе рекомбинации лежат процессы редукции, переакцентуации/фокусировки и гиперболизации. В основе карнавализации лежит реверсия ценностей.

6. Сатирической картине мира присущи такие характеристики, как идеологическая ориентированность, стереотипность, реалистичность, оценочность, карнавальность, гротескность.

Заключение

В результате проведенного исследования было установлено, что жанр политического фельетона обладает характеристиками трех видов дискурса: политического, масс-медиального и комического.

В жанровом пространстве политического дискурса фельетон занимает место вторичного респонсивного жанра, входящего в цепочку сложного коммуникативного события. Фельетон является одним из средств реализации базовой интенции политического дискурса – борьбы за власть. В рамках политического дискурса фельетон относится к агональным жанрам. Помимо агональной функции, фельетон также выполняет функции ориентации, солидарности и дифференциации субъектов политики.

По тональности общения политический фельетон относится к полю комического дискурса. Комическая интерпретация политической реальности в фельетоне является инструментом реализации его агональной функции. В основе политического фельетона лежат сатира, осуждающая и высмеивающая общественно-политические пороки, и ирония, основанная на асимметрии и парадоксальности.

Отличительной чертой фельетона в сопоставлении с другими смеховыми жанрами политического дискурса (частушка, пародия, карикатура, анекдот) являются выраженная агональная направленность, обеспечивающая полемичность жанра, а также аналитический характер обработки информации.

По каналу общения фельетон относится к дискурсу СМИ, жанровое пространство которого организовано по оси «информирование ↔ воздействие». Воздействующая функция СМИ направлена на изменение ментальности социума, формирование определенного мировоззрения. Полюс воздействия конституируется публицистическими жанрами СМИ, к которым относится и политический фельетон.

Сопоставление политического фельетона с другими сатирическими жанрами газетной публицистики показало, что, в отличие от смежного жанра сатирического комментария, политический фельетон характеризуется фокусировкой на актуальной проблематике и художественностью, обеспечивающей образность жанра. С другой стороны, близкий по функции, тональности и образности памфлет отличается от жанра фельетона обязательным речевым актом призыва к действию.

В ракурсе функциональной стилистики были выделены следующие характерные признаки фельетона: полемичность как следствие оппозиционности; агрессивность, заключающаяся в подчеркнутом маркировании чуждости и использовании разного рода инвектив; сочетание художественности и публицистичности, заключающееся во взаимодействии образности, вымысла и актуальной злободневной тематики.

Анализ жанровой модели фельетона предполагает рассмотрение его по параметрам, предложенным Т.А. Шмелевой в «анкете жанра»: коммуникативная цель жанра, образ автора, образ адресата, фактор коммуникативного прошлого и коммуникативного будущего, событийное содержание, языковое воплощение (Шмелева 1997).

Коммуникативная цель данного жанра состоит в сатирической оценке, критике и осмеянии деятельности политических институтов и их представителей, разоблачении виновных в неблагоприятной общественно-политической ситуации.

Автор-фельетонист, порождая три вида дискурсов, представляет собой институциональную дискурсивную личность, в которой сочетаются – журналист (репрезентант дискурса СМИ), комментатор (чья роль приближается к агенту политической коммуникации), а также остроумная дискурсивная личность, порождающая комический дискурс. Фельетонист как дискурсивная личность реализует разоблачительную, диагностическую (экспертную), критическую (высмеивающую), развлекательно-эстетическую функции. Позиция фельетониста предполагает статус интеллектуального превосходства, позволяющего выносить оценку, осуждение, обвинение.

Для жанра фельетон характерно обращение к прямому и косвенному адресату. К прямому адресату относится читатель как представитель народа – «клиента» политической коммуникации. Косвенный адресат подразделяется на адресата-наблюдателя и адресата-оппонента. В качестве адресата-оппонента выступают собирательное понятие «власть» в целом, конкретные институты власти, конкретные представители институтов. К адресату-наблюдателю относятся представители власти, не являющиеся объектами критики в данной статье. Объектами сатиры в политическом фельетоне выступают, как правило, высокие должностные лица и власть в целом.

Коммуникативное прошлое жанра составляют информационно-новостные сообщения, формирующие в сознании социума блок знаний о политической реальности, которая впоследствии будет подвергнута в фельетоне сатирической интерпретации и трансформации. В связи с этим текст фельетона можно рассматривать как своеобразное «производное» от текста новостных сообщений.

Фактор коммуникативного будущего фельетона охватывает возможные вербальные реакции на него – в жанрах бытового разговора, политического комментария, опровержения, ответного фельетона и др.

Содержательную структуру фельетона составляют следующие блоки: формулирование и описание проблемы/конфликта, обозначение объекта критики, отсылка к определенному событию политической действительности, ориентировка

читателя путем обозначения собственной позиции, оценка объекта критики и его действий, установление виновного, развенчание одного мифа и создание нового, запрос и требования к представителям власти, призывы способствовать тому или иному решению, прогнозирование негативного результата деятельности объекта критики, предложение решения проблемы.

Специфика реализации текстовых категорий в жанре политического фельетона заключается в том, что в рамках категории информативности особую роль играет содержательно-концептуальная информация, обусловленная оппозиционной идеологической позицией автора. Содержательно-концептуальная информация, как правило, выражена эксплицитно в сильных позициях фельетона – заголовке, интродуктивном и заключительном блоке, образуя тем самым концептуальную рамку жанра.

Политический фельетон характеризуется высокой плотностью интертекстуальных включений, используемых с целью иллюстрации, проведения аналогии, обличения и критики. Особую роль среди интертекстуальных включений играют исторические аллюзии, представляющие собой аргументативную базу фельетона.

В исследовании были выделены типы фельетонов по 1) характеру модальности – резко-критичные и умеренно-критичные; 2) событийной ориентации – фельетоны, критика которых направлена на конкретные события и факты, и фельетоны, в качестве объекта критики которых выступает общественно-политическая ситуация в целом; 3) характеру проблемной фокусировки – однофокусные и многофокусные; 4) характеру референта – реалистичные фельетоны и фельетоны с элементами вымысла; 5) тематике анализируемого события – фельетоны, анализирующие внутривнутриполитические и внешнеполитические события.

Содержательно-тематическое ядро фельетона структурируется когнитивно-информационными категориями «событие», «проблема», «концепция». Конструирование образа действительности в фельетоне проходит следующие этапы: представление события, определение проблемы в результате анализа события, формулировка концепции как точки зрения фельетониста на данную проблему.

Проблема, занимающая центральное место в содержательной структуре фельетона, представляет собой задачу, требующую разрешения, и обозначает объект

сатиры, на который направлена критика. Выявлены два принципа построения фельетонов – от события/факта к проблеме, от проблемы к событию/факту в качестве иллюстративного материала. Событие и проблема представляют собой два уровня глубины политической реальности, которая подвергается критике. Событие относится к непосредственно наблюдаемому уровню политической реальности, а проблема – к более глубинному уровню осознания политической действительности, к которому автор приходит через анализ события.

Концепция определяется идеологической позицией адресанта, в рамках которой формулируется проблема, задаются концептуальная информация текста, модальность и тональность текста. Взаимосвязь когнитивно-информационных категорий «проблема» и «концепция», как правило, находит эксплицитное выражение в заключительном блоке фельетона.

Событие в фельетоне подвергается вторичной репрезентации. В плане фактуальной информации содержание фельетона составляют события и факты, которые ранее уже фигурировали в новостных жанрах. Они интерпретируются сатириком с учетом своих идеологических установок с целью воздействия на массового адресата путем дискредитации и осмеяния оппонента. В результате определенной «когнитивной обработки» формируется специфическая сатирическая картина мира.

Сатирическая картина мира носит нормативный характер, определяемый ценностными стереотипами и представлениями, лежащими в основе оценки. Эмоциональный спектр сатирической картины мира тяготеет к негативно-обличительному, основанному на осуждении и обвинении. В сатирической картине мира обнаруживается несоответствие между социально-политической или нравственной реальностью и ее критическим, гротескным и комическим отражением в фельетоне.

В основу методики выявления механизмов информационной трансформации сообщения из новости в фельетон положено сопоставление событий и фактов политического фельетона с теми же информационными единицами в новостных сообщениях. Установлено, что в фельетоне фактуальная информация репрезентируется в трансформированном или искаженном виде – подвергается

редукции, сопровождается смысловыми приращениями, «вычеркиванием», нейтрализацией.

В работе выявлены два направления сатирической трансформации информации – рекомбинация и карнавализация концептов. Механизм рекомбинации состоит в изменении соотношения между понятийной и образно-оценочной составляющими концепта. Гиперболизация оценочной составляющей, варьирование ее содержания, вплоть до парадоксально противоположных смыслов, минимизирует или «уводит в тень» понятийную составляющую. В основе рекомбинации лежат процессы редукции, переакцентуации/фокусировки и гиперболизации.

Ведущей стратегией при переносе информации из новостного жанра в жанр фельетона является карнавализация концептов – комическое обыгрывание концептов, их перевод в область смехового. В основе карнализации концептов лежат реверсия ценностей, реверсия официального властного статуса, реверсия нормы и аномалии восприятия качеств политика, переключение тональности с серьезной на комическую (сатирическую), переключение коммуникативного регистра.

Основными структурными элементами сатирической картины мира политики в фельетоне являются: 1) субъекты политики, 2) действия субъектов и 3) результат действия субъектов политики.

Содержание сатирической картины мира составляют системообразующие концепты политического дискурса, подвергшиеся карнализации: «президент», «власть», «правительство», концепты политических партий и др.

Особое место в сатирической картине мира политики занимает концепт «виновник», что обусловлено обличительной интенцией фельетона. Концепт «виновник» находится в отношениях пересечения с концептами субъектов политики. Экспликация данного концепта находит отражение как в виде прямого, так и косвенного указания на виновного в неблагоприятной политической ситуации. Косвенное указание на виновного, как правило, происходит через развенчание существующих политических мифов

Действия субъектов политики, отраженные в сатирической картине мира, представлены, как правило, в редуцированном, упрощенном виде с односторонней фокусировкой на определенном аспекте и гиперболизацией негативных сторон.

Результат действий агентов политической коммуникации носит негативный, губительный характер в отношении народа, представленного в образе жертвы.

Сатирической картине мира политики в фельетоне присущи следующие характеристики: идеологическая ориентированность, стереотипность, реалистичность, оценочность, карнавальность, гротескность.

В качестве **перспективы** исследования намечены следующие направления: сопоставительный анализ политической сатиры в разных лингвокультурах; исследование фельетона с позиции восприятия читателем; рассмотрение типа политического фельетона как креолизованного текста; анализ исторической динамики отечественного фельетона.

Литература

1. Алексеев, В.А. Оружием политической сатиры / В.А. Алексеев. – М.: Мысль, 1979. – 244 с.
2. Анисимова, Е.Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) / Е.Е. Анисимова // Вопр. языкознания. – 1992. — №1. С. 71 – 78.
3. Апресян, Ю.Д. Избранные труды: в 2 т / Ю.Д. Апресян. Т. 2: Интегральное описание языка и системная лексикография. – М.: Шк. «Языки рус. культуры», 1995. – 766 с.
4. Арнольд, И.В. Основы научных исследований в лингвистике / И.В. Арнольд. – М.: 1991. – 140 с.
5. Арнольд, И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: сб. ст. / И.В. Арнольд; науч. ред. П.С. Бухаркин. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1999. – 444с.
6. Артемова, Е.А. Карикатура как жанр политического дискурса: дис. ... канд. филол. наук / Е.А. Артемова. Волгоград, 2002. – 237 с.
7. Артемова, Е.А. Смеховые жанры политического дискурса: / Е.А. Артемова // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: Парадигма, 2006. – С. 208-218.
8. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
9. Астафурова, Т.Н. Лингвистические аспекты межкультурной деловой коммуникации / Т.Н. Астафурова. – Волгоград, 1997. – 108 с.
10. Астафурова, Т.Н. Репрезентация элитарной языковой личности в англосаксонском властном дискурсе / Т.Н. Астафурова, А.В. Олянич // Науч. зап. Луган. нац. пед. ун-та. Сер.: филологические науки: сб. науч. тр. – Луганск: Альма-матер, 2006. – Вып. 6. – С. 284 – 289.
11. Бабенко, Л.Г. Лингвистический анализ художественного текста / Л.Г. Бабенко, И.Е. Васильев, Ю.В. Казарин. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000. – 534 с.
12. Базылев, В.Н. К изучению политического дискурса в России и российского политического дискурса / В.Н. Базылев // Политический дискурс в России – 2:

материалы рабочего совещ. Москва, 29 марта 1998 г. / под ред. Ю.А. Сорокина, В.Н. Базылева. – М.: Диалог-МГУ, 1998. – С. 6–8.

13. Базылев, В.Н. Методы исследования языка российской общественно-политической мысли российского политического дискурса (традиции и новации) / В.Н. Базылев // Политический дискурс в России – 10: материалы X юбилейного всерос. семинара / под ред. В.Н. Базылева. – М., 2007. – С. 7 – 25.

14. Банковская, Н.А. Прямая оценка как выражение мнения журналиста в современной прессе в России и Германии / Н.А. Банковская // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А. Кормилициной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2007. – Вып.7. – С.105 – 111.

15. Баранов, А.Н. Аргументация как языковой и когнитивный феномен / А.Н. Баранов // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М.: Наука, – 1990. – С. 40 – 52.

16. Баранов, А.Н. Политическая аргументация и ценностные структуры общественного сознания / А.Н. Баранов // Язык и социальное познание. – М.: Центр сов. филос. (методол.) семинаров при Президиуме АН СССР, 1990. – С. 166 – 177.

17. Баранов, А.Н. Парламентские дебаты: традиции и новации / А.Н. Баранов, Е.Г. Казакевич. – М.: Знание, 1991. – 42 с.

18. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт; пер. с фр. – М.: Прогресс, 1994. – 615 с.

19. Барт, Р. Лингвистика текста / Р. Барт // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1978. – Вып.8: Лингвистика текста. – С.442 – 449.

20. Барт, Р. S/Z / Р. Барт; пер. с фр. под ред. Г.К. Косикова. – 2-е изд., испр. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 232с.

21. Батурина, Е.С. Лингвотекстовые особенности речевого жанра «газетная информационная заметка»: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.С. Батурина. – М., 1994. – 23с.

22. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Собр. соч. в 5 т. – М.: Рус. словари, 1996. – Т.1. – С. 159 – 207.

23. Бацилли, П.М. Трагедия русской культуры: Исследования, статьи, рецензии / М.П. Бацилли. – М., 2000. – 512 с.

24. Бекасов, Д.Г. Теория и практика советской периодической печати: учеб. пособие для вузов / Д.Г. Бекасов, В.Н. Горохов [и др.]. – М.: Высш. шк., 1980. – 376 с.
25. Берёзкина, О.П. Политический карнавал в стиле да Винчи / О.П. Берёзкина // Социально-политическое функционирование журналистики: материалы секционного заседания «Журналистика в мире политики» конф. «Дни Петербургской философии», 19 – 20 нояб., 2004г. / ред.-сост. В.А. Сидоров. – СПб.: СПбГУ, 2005. – С. 24 – 34.
26. Блох, М.Я. Проблемы понятий текста и картины мира в философии языка / М.Я. Блох // Преподаватель, XXI век. – 2007. – №1. –С. 101 – 105.
27. Блохин, И.Н. Политическое измерение журналистики / И.Н. Блохин // Журналистика в мире политики: поиски назначения: материалы секционного заседания конф. «Дни Петербургской философии – 2005» / ред.-сост. С.Г. Корконосенко, В.А. Сидоров. СПб.: СПбГУ, 2006. – С. 22 – 27.
28. Богданова, С.Ю. Концептуализация и реконцептуализация пространственных отношений (на материале английских фразовых глаголов): автореф. дис. ... д-ра филол. наук / С.Ю. Богданова. – Волгоград, 2007. – 40 с.
29. Болтуц, О.А. Провинциальный газетный фельетон: от отдела к жанру (на материале кубанской периодики рубежа XIX – XX веков): автореф. дис. ... канд. филол. наук / О.А. Болтуц. – Краснодар, 2006. – 20 с.
30. Боров, Ю.Б. Эстетика / Ю.Б. Боров.– М.: Высш. шк., 2002. – 511с.
31. Вакуров, В.Н. О языке советского фельетона / В.Н. Вакуров // Стилистика газетных жанров / под ред. Д.Э. Розенталя. – М.: Изд. Моск. Ун-та, 1981. – С. 127 – 172.
32. Вакуров, В.Н. Стилистика газетных жанров: учеб. пособие для вузов / В.Н. Вакуров, Н.Н. Кохтев, Г.Я. Солганик. – М.: Высш. шк., 1978. – 183 с.
33. Васильев, А.Д. Телевизионная речь как разновидность политического дискурса / А.Д. Васильев // Политический дискурс в России – 10: материалы X юбилейного Всерос. семинара / под ред. В.Н. Базылева. – М., 2007. – С. 45 – 51.
34. Васильева, Т.В. Когнитивные механизмы формирования и функционирования заголовка / Т.В. Васильева // Вестн. Моск. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2006. – №1. –С.154 – 172.

35. Вербицкая, О.Ю. Опыт лингвистического исследования парадоксального речевого акта в комическом дискурсе (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук / О.Ю. Вербицкая. – Иркутск, 2005. – 17 с.
36. Вежбицкая, А. Речевые жанры / А. Вежбицкая // Жанры речи. – Саратов: Колледж, 1997. – С. 99 – 111.
37. Вепрева, И.Т. Об «отмывании» слов в современном политическом дискурсе / И.Т. Вепрева // Политический дискурс в России – 10: материалы X юбилейного всерос. семинара / под ред. В.Н. Базылева. – М.: 2007. – С. 52 – 61.
38. Веселова, Н.В. Ирония в политическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н.В. Веселова. – Н.Новгород, 2003. – 20 с.
39. Виленский, М.Э. Как написать фельетон / М.Э. Виленский. – М.: Мысль, 1982. – 208 с.
40. Власова Е.В. Речевая агрессия как одно из выражений власти в СМИ / Е.В. Власова // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2004. – Вып.4: Власть и речь. – С. 190 – 195.
41. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139с.
42. Воинова, Е.А. Медиатизированная политическая коммуникация: способ медийного искажения политики или способ организации дискурса? / Е.А. Воинова // Вест. Моск. ун-та. Сер.10, Журналистика. – 2006. – №6. –С. 6 – 10.
43. Волчкова, И.М. «Смеховая культура» в контексте современного политического дискурса / И.М. Волчкова // Язык. Система. Личность / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2005. – С. 81 – 90.
44. Вольф, Е.М. Оценочное значение и соотношение признаков «хорошо/плохо» / Е.М. Вольф // Вопр. языкознания. – 1986. – №5. –С. 98 – 106.
45. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки / Е.М. Вольф. – М.: КомКнига, 2006. – 280 с.
46. Воркачев, С.Г. Вариативные и ассоциативные свойства телеономных лингвоконцептов / С.Г. Воркачев. – Волгоград: Парадигма, 2005.– 213 с.

47. Воробьева, О.П. Стилистика текста / О.П. Воробьева // Стилистика английского языка / А.Н. Мороховский, О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В. Тимошенко. – Киев: Выща школа, 1991. – С 200 – 241 с.
48. Воронцова, Т.А. Речевая агрессия: Коммуникативно-дискурсивный подход: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Т.А. Воронцова. – Челябинск, 2006. – 43 с.
49. Ворошилов, В.В. Инфраструктура СМИ. Мозаика жанров / В.В. Ворошилов // Журналистика. – 2005. – №3. – С. 29 – 39.
50. Всеволодова, М.В. О ключевых проблемах категоризации текста / М.Ю. Всеволодова // Вестн. Моск. ун-та. Сер.: Филология. – 2007. – №2. –С. 7 – 31.
51. Гаврилов, Д.А. Журналист в политическом спектакле современной России / Д.А. Гаврилов // Социально-политическое функционирование журналистики: материалы секционного заседания «Журналистика в мире политики» конф. «Дни Петербургской философии», 19 – 20 нояб., 2004г. / ред.-сост. В.А. Сидоров. – СПб.: СПбГУ, 2005. – С. 69 – 74.
52. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 138 с.
53. Герасименко, Н.А. Информация и фасцинация в политическом дискурсе / А.Н. Герасименко // Политический дискурс в России – 2: материалы рабочего совещ. (Москва, 29 марта 1998 г.) / под ред. Ю.А. Сорокина, В.Н. Базылева. – М.: Диалог-МГУ, 1998. – С. 20-23.
54. Гетьман, З.А. Модальность как общетекстовая категория / З.А. Гетьман, Т.П. Архипович // Вестн. Моск. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2006. – №2. –С. 34 – 48.
55. Гиляревский, Р.С. Текст как продукт медиакультуры / Р.С. Гиляревский // Журналистика и культура русской речи. – 2004.– № 2.– С. 41 – 47.
56. Глебов А.В. Газетные жанры / А.В. Глебов. – М.: Политиздат, 1976. – 176 с.
57. Глинчевский, Э.И. Средства речевого воздействия в языке СМИ / Э.И. Глинчевский // Вестн. Моск. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – №4. – С. 18 – 27.
58. Гольдин, В.Е. Имена речевых событий, поступов и жанров русской речи / В.Е. Гольдин // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 27 – 33.

59. Гольдин, В.Е. Проблемы жанроведения / В.Е. Гольдин // Жанры речи. – Саратов, 1999. – С. 4-7.
60. Гридина, Т.А. Языковая картина мира в свете детской ментальности / Т.А. Гридина // Язык. Система. Личность / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2005. – С.3-21.
61. Гудков, Д.Б. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний / Д.Б. Гудков, В.В. Красных, И.В. Захаренко, Д.В. Багаева // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9, Филология. – 1997. – № 4. – С. 106 – 118.
62. Гудков, Д.Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности / Д.Б. Гудков. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 152 с.
63. Гудков, Д.Б. Ритуалы и прецеденты в политическом дискурсе / Д.Б. Гудков // Политический дискурс в России – 2: материалы рабочего. совещ. (Москва, 29 марта 1998 г.) / под ред. Ю.А. Сорокина, В.Н. Базылева. – М.: Диалог-МГУ, 1998. – С. 30-36.
64. Гудков, Д.Б. Функционирование прецедентных феноменов в политическом дискурсе российских СМИ / Д.Б. Гудков // Политический дискурс в России – 4: материалы рабочего совещ. / под ред. В.Н. Базылева, Ю.А. Сорокина. – М.: Диалог-МГУ, 2000. – С. 45 – 52.
65. Дейк, Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк; под ред. В.И. Герасимова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
66. Дейк, Т.А. Вопросы прагматики текста / Т.А. Ван Дейк // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып.8: Лингвистика текста. М.: Прогресс, 1978. – С. 315 – 333.
67. Дементьев, В.В. Вторичные речевые жанры (онтология непрямой коммуникации) / В.В. Дементьев // Жанры речи. – Саратов: Изд-во Гос. учеб.-науч. центра «Колледж», 1999. – С. 31 – 45.
68. Дементьев, В.В. Изучение речевых жанров: обзор работ в современной русистике / В.В. Дементьев // Вопр. языкознания. – 1997. – №1 – С. 109-121.
69. Дементьев, В.В. Непрямая коммуникация / В.В. Дементьев. – М.: Гнозис, 2006. – 376 с.
70. Демьянков, В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ / В.З. Демьянков // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учеб.

пособие / отв. ред. М.Н. Володина. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та им. М.В. Ломоносова, 2003. – С. 116-133.

71. Дзялошинский, И.М. Манипулятивные технологии в масс-медиа / И.М. Дзялошинский // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10, Журналистика. – 2005. – №1. – С. 29 – 55.

72. Дзялошинский, И.М. Манипулятивные технологии в масс-медиа / И.М. Дзялошинский // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10, Журналистика. – 2005. – №2. – С. 56 – 75.

73. Дмитриев, А.В. Социология политического юмора / А.В. Дмитриев. – М.: РОССПЭН, 1998. – 332 с.

74. Добросклонская, Т.Г. Что такое медиалингвистика? / Т.Г. Добросклонская // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. – №2. – С.9 – 18.

75. Домышева, С.А. Политический дискурс как порождающая причина дискурса реагирования / С.А. Домышева // Вестн. иркутск. гос. линг. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация / под ред. С.Н. Плотниковой. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – С. 150 – 159.

76. Донсков, С.В. Языковые средства в жанре англоязычных hot-news / С.В. Донсков // Языковые подсистемы: сб. науч. тр. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2006. – С. 94 – 101.

77. Дубровская, О.Н. Сложные речевые события и речевые жанры / О.Н. Дубровская // Жанры речи. – Саратов, 1999. – С. 97 – 102.

78. Енина, Г.И. Понимание и непонимание в общении политика с населением / Г.И. Енина // Политический дискурс в России – 2: материалы рабочего совещ. (Москва, 29 марта 1998 г.) / под ред. Ю.А. Сорокина, В.Н. Базылева. – М.: Диалог-МГУ, 1998. – С. 11 – 18.

79. Енина Л.В. Современный российский лозунг как свертхтекст: дисс. ... канд. филол. наук / Л.В. Енина. – Екатеринбург, 1999. – 186 с.

80. Ерилова, С.Л. Метафора как средство выражения смысловой неопределенности в политическом дискурсе / С.Л. Ерилова // Языковые подсистемы: сб. науч. тр. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2006. – С.101 – 109.

81. Ермакова, О.П. Об иронии и метафоре / О.П. Ермакова // Облик слова: сб.ст. / РАН, Ин-т рус. яз. – М.: 1997. – С. 48 – 57.
82. Желтухина, М.Р. Комическое в политическом дискурсе конца XX века. Русские и немецкие политики: Монография / М.Р. Желтухина. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2000. – 264 с.
83. Желтухина, М.Р. Тропологическая суггестивность тропов масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: Монография / М.Р. Желтухина. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.
84. Журбина, Е.И. Повесть с двумя сюжетами / Е.И. Журбина. М.: Сов. писатель, 1979. – 376 с.
85. Журбина, Е.И. Теория и практика художественно-публицистических жанров (Очерк. Фельетон) / Е.И. Журбина. М.: Мысль, 1969. – 399 с.
86. Зарезина, С.Н. Фактуальная информация в массмедийном дискурсе /С.Н. Зарезина // Вестн. иркутск. гос. линг. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация / под ред. С.Н. Плотниковой. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – С. 51 – 62.
87. Захаренко, И.В. Прецедентное высказывание и прецедентное имя как символы прецедентных феноменов / И.В. Захаренко, В.В. Красных, Д.Б. Гудков, Д.В. Багаева // Язык, сознание, коммуникация. – Вып. 1. – М.: Филология, 1997. – С. 82 – 103.
88. Захаров, А.В. Народные образы власти / А.В. Захаров // Полис. – 2007. – №1. – С. 23 – 35;
89. Захарова, Е.П. Коммуникативно-речевые стереотипы и коммуникативные нормы / Е.П. Захарова // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2006. – Вып.6. – С.34 – 37.
90. Звада, О.В. Мораль как лингво-когнитивная структура знания / О.В. Звада // Вестн. иркутск. гос. линг. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация / под ред. С.Н. Плотниковой. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – С. 57 – 62.
91. Зеленский, И.А. Регулятивная функция общественного сознания: автореф. дис. ... канд. фил. наук / И.А. Зеленский. – Киев, 1990 – 22 с.

92. Золотова, Г.А., Коммуникативная грамматика русского языка / Г.А. Золотова, Н.К. Онипенко, М.Ю. Сидорова; Рос. Акад. Наук, Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова, Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова; Филол. фак. – М.,: Филол. фак. МГУ им. М. В. Ломоносова, 1998. – 524 с.

93. Иванова, Н.В. Когнитивные опоры в обучении пониманию политического дискурса: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Н.В. Иванова. – М., 2004. – 25с.

94. Иванова, Т.В. Содержательный потенциал актуальных концептов в современном политическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т.В. Иванова. – Барнаул, 2007. – 22 с.

95. Иванова, Ю.М. Концепт «президент» как информационное ядро жанра предвыборных теледебатов / Ю.М. Иванова // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: –Парадигма, 2006. – С. 47 – 58.

96. Иванова, Ю.М. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов: дис. ... канд. филол. наук / Ю.М. Иванова. – Волгоград, 2003. – 137с.

97. Ионова, С.В. Вторичный текст и проблема преобразования смысла в процессе коммуникации / С.В. Ионова // Человек в коммуникации: аспекты исследований: сб. науч. ст. – Волгоград: Перемена, 2005. – С.121 – 134.

98. Казыдуб, Н.Н. Категориальная полифония дискурсивного пространства / Н.Н. Казыдуб // Вестн. иркутск. гос. линг. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация / под ред. С.Н. Плотниковой. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – С. 63 – 74.

99. Кайда, Л.Г. Эссеизация публицистики: анализ в аспекте композиционной поэтики / Л.Г. Кайда // Язык средств массовой коммуникации как объект междисциплинарного исследования: материалы 2-й междунар. конф. / сост. М.Н. Володина. – М.: МАКС Пресс, 2008. – С. 285 – 287.

100. Карасик, А.В. Лингвокультурные характеристики английского юмора: дис. ... канд. филол. наук / А.В. Карасик. – Волгоград, 2001. – С. 193.

101. Карасик В.И. Коммуникативная тональность / В.И. Карасик // Жанры речи: сб. науч. ст. Саратов: Изд. центр «Наука», 2007. – Вып. 5: Жанр и культура. – С.81 – 94.

102. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 476 с.

103. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 264 с.
104. Карпова, Т.Б. Жанрово-стилистические особенности политического дискурса в рунете / Т.Б. Карпова // Политический дискурс в России – 10: материалы X юбилейного всерос. семинара / под ред. В.Н. Базылева. – М.: 2007. – С. 119 – 129.
105. Китова, Е.Б. Ценность как доминанта иерархии концептов data, information, knowledge / Е.Б. Китова, А.В. Кравченко // *Studia Linguistica Cognitiva*. – Вып. 1: Язык и познание: методологические проблемы и перспективы. – М.: Гнозис, 2006. – С. 257 – 275.
106. Клушина, Н.И. Публицистический текст в новой системе стилистических координат / Н.И. Клушина // Язык средств массовой коммуникации как объект междисциплинарного исследования: материалы 2-й междунар. конф. / сост. М.Н. Володина. – М.: МАКС Пресс, 2008. – С. 290 – 292.
107. Клушина, Н.И. Стратегия именованья в воздействующей речи /Н.И. Клушина // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10, Журналистика. – 2006. – №5. – С. 49 – 65.
108. Коваленко, Е.Н. Когнитивные аспекты сказочной аллюзии (на материале английского языка): автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Е.Н. Коваленко. – М.,2007. – 18с.
109. Кожина, М.Н. Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы) / М.Н. Кожина // Жанры речи. – Саратов: Изд-во Гос. учеб-науч. центра «Колледж»,1999. – С. 52 – 61.
110. Козловски, Ю.З. Коды комического в сказках Стругацких «Понедельник начинается в субботу» и «Сказка о тройке» [Электронный ресурс] / Ю.З. Козловски. М., 1994. – Режим доступа: http://fan.lib.ru/a/ashkinazi_1_a/text_2120.shtml.
111. Комаров, Е.Н. Ценностные ориентиры в заголовках французских и российских средств массовой информации: дис. ... канд. фил. наук / Е.Н. Комаров. – Волгоград, 2003.– С. 210.
112. Конечкая, В.П. Социология коммуникации: учеб. / В.П. Конечкая. – М.: Междуна. ун-т бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
113. Конт, Фр. Страх в зеркале политической частушки (важный исторический источник, недооцененный на Западе) / Фр. Конт //Семиотика страха: сб. ст. / сост. Н. Букс, Фр. Конт. – М.: Русс. ин-т; изд-во «Европа», 2005. – С. 373 – 391.

114. Коньков, В.И. Речевая структура газетного текста / В.И. Коньков. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1995. – 160с.
115. Коретникова, Л.И. Отражение позиции государственной власти в современных СМИ и их влияние на формирование мировосприятия личности (на материале СМИ США и России) / Л.И. Коретникова // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2004. – Вып. 4: Власть и речь. – С. 97 – 103.
116. Корконосенко, С.Г. Журналистика в политике: во благо или во вред? / С.Г. Корконосенко // Журналистика в мире политики: поиски назначения: материалы секционного заседания конф «Дни Петербургской философии-2005» / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко, В.А. Сидоров. – СПб.: СПбГУ, 2006. – С. 60 – 70.
117. Кормилицына, М.А. Полемичность текстов современных газет: её организация и средства выражения / М.А. Кормилицына // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2006. – Вып. 6. – С. 55 – 65.
118. Кормилицына, М.А. Формирование имиджа политика средствами СМИ / М.А. Кормилицына // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2004. – Вып. 4: Власть и речь. – С. 65 – 70.
119. Косиков, Г.К. Идеология. Коннотация. Текст / Г.К. Косиков // S/Z / Р. Барт; пер. Г.К. Косикова, В.П. Мурат; общ. ред., вступит. ст. К.Г. Косикова. – М. Эдиториал УРСС, 2001. – С. 4 – 21.
120. Костомаров, В.Г. Тексты в масс-медиа / В.Г. Костомаров // Журналистика и культура русской речи. – 2004. – №2. – С. 4 – 40.
121. Котов, А.А. Механизмы речевого воздействия в публицистических текстах СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук / А.А. Котов. – М., 2003. – 23 с.
122. Кочкин, М.Ю. Политический скандал как лингвокультурный феномен: дис. ... канд. филол. наук / М.Ю. Кочкин. – Волгоград, 2003. – 184 с.
123. Красных, В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375с.

124. Кубрякова, Е.С. Размышления о судьбах когнитивной лингвистики на рубеже веков / Е.С. Кубрякова // *Вопр. Филологии.* – 2001. – №1. – С. 28– 34.
125. Кубрякова, Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. – М.: Филол. фак. МГУ, 1997. – 245 с.
126. Кулинич, М.О. Лингвокультурология юмора (на материале английского языка) / М.О. Кулинич. – Самара, 1999 – 181с.
127. Купина, Н.А. Живые идеологические процессы и проблемы культуры речи / Н.А. Купина // *Язык. Система. Личность / Урал. гос. пед. ун-т.* – Екатеринбург, 2005. – С. 90 – 105.
128. Курдибановский, О.В. Пресса на подступах к политическому просвещению / О.В. Курдибановский // *Социально-политическое функционирование журналистики: материалы секционного заседания «Журналистика в мире политики» конф. «Дни Петербургской философии», 19-20 нояб. 2004г. / ред.-сост. В.А.Сидоров.* – СПб., СПбГУ, 2005. – С. 101 – 105.
129. Кухаренко, В.А. Интерпретация текста / В.А. Кухаренко. – М.: Просвещение, 1988. – 190 с.
130. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон; пер. с англ.; / под ред. и предисл. А.Н. Баранова. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
131. Лассан, Э. Р. Дискурс власти и инакомыслия в СССР: когнитивно-риторический анализ / Э.Р. Лассан. – Вильнюс: Изд.-во Вильнюс. ун-та, 1995. – 190 с.
132. Лихачев, Д.С. Историческая поэтика русской литературы. Смех как мировоззрение и другие работы / Д.С. Лихачев. – СПб.: Алетейя, 2001. – 508 с.
133. Лейчик, В.М. Перерастание публицистического стиля в язык СМИ / В.М. Лейчик // *Язык средств массовой коммуникации как объект междисциплинарного исследования: материалы 2-й междунар. конф. / сост. М.Н. Володина.* – М.: МАКС Пресс, 2008. – С. 298 – 301.
134. Леонтьев, А.А. Психолингвистические особенности языка СМИ [Электронный ресурс] / А.А. Леонтьев. – Режим доступа: <http://evarlist.narod.ru/text12/06.htm>.

135. Логинова, И.Ю. Лингвопрагматические особенности текста программы политической партии (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук / И.Ю. Логинова. – СПб., 2004. – 23 с.
136. Лотман, Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю.М. Лотман . – М.: Яз. рус. культуры, 1996. – 464 с.
137. Лошаков, А.Г. О словесно-концептуальной организации сверткста (на материале «Свистка» – сатирического приложения к журналу «Современник») / А.Г. Лошаков // Филол. науки. – 2007. – №4. – С. 19 – 28.
138. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров.— М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 208 с.
139. Манаенко, Г.Н. Специфика дискурса масс-медиа в современном информационном пространстве Г.Н. Манаенко // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10, Журналистика. – 2005. – №1. – С. 87 – 96.
140. Мансурова, В.Д. Журналистская картина мира как тип социокультурной реальности: дис. ... д-ра филол. наук / В.Д. Мансурова. – Барнаул, 2003. – 275 с.
141. Марченко, Т.В. Манипулятивный потенциал интертекстуальных включений в современном политическом дискурсе: автореф. дис. ...канд. филол. наук / Т.В. Марченко. – Ставрополь, 2007. –27 с.
142. Маслова, В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учеб.пособие / В.А. Маслова. –2-е изд., испр. – М.: Флинта: Наука , 2006. – 296 с.
143. Мельникова, О.А. Лингвистический феномен интертекстуальности / О.А. Мельникова // Языковые подсистемы: сб. науч. тр. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2006. – С. 133– 137.
144. Мечковская, Н.Б. Социальная лингвистика / Н.Б. Мечковская. – М.: «Аспект Пресс», 1996. – 207 с.
145. Милёхина, Т.А. Образ руководителя постсоветского периода (на материале СМИ) / Т.А. Милехина // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2004. – Вып.4: Власть и речь. – С.103 – 112.
146. Мироненко, М.В. Шутник как коммуникативная личность: дис. ... канд. филол. наук / М.В. Мироненко. – Волгоград, 2005. – 211 с.

147. Мироненко, М.В. Коммуникативные типы человека шутящего / М.В. Мироненко // Человек в коммуникации: аспекты исследований: сб. науч. ст. – Волгоград: Перемена, 2005. – С. 134 – 147.
148. Миронова, Н.Н. Структура оценочного дискурса: автореф. дис. ... д-ра. филол. наук / Н.Н. Миронова. – М., 1998. – 44 с.
149. Михалева, О.Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: автореф. дис. ... канд. филол. наук / О.Л. Михалева. – Кемерово, 2004. – 21 с.
150. Михальская, А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике. – М.: Издательский центр «Академия», 1996. – 192 с.
151. Москвин, В.П. К соотношению понятий «речевой жанр», «текст» и «речевой акт» / В.П. Москвин // Жанры речи: сб. науч. ст. – Саратов: Изд-во ГУНЦ «Колледж», 2005. – Вып. 4: Жанр и концепт. – С. 63 – 76.
152. Мякшева, О.В. Пространственный ориентир в газетном тексте: «жесткие» и «мягкие» факты / О.В. Мякшева // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2007. – Вып. 7. – С. 117 – 131.
153. Надеин, В.Д. Газетные жанры / В.Д. Надеин; под ред. А.В. Глебова. – М.: Политиздат, 1971. – С. 131 – 152.
154. Невинская, М.Д. Концептуальная оппозиция «народ-власть» в политическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук / М.Д. Невинская. – Волгоград, 2006. – 177 с.
155. Олянич, А.В. Презентационная теория дискурса: монография / А.В. Олянич. — Волгоград: Парадигма, 2004. – 507 с.
156. Палкевич, О.Я. Человек ироничный: Ирония как один из феноменов эгоцентрической направленности / О.Я. Палкевич // Антропологическая лингвистика: Концепты. Категории. – кол. монография / под ред. Ю.М. Малиновича. – М. – Иркутск: ИГЛУ, 2003. – С. 168 – 194.
157. Панова, М.Н. Актуальные проблемы и направления исследования современного административного дискурса / М.Н. Панова // Политический дискурс в России – 10: материалы X юбилейного всерос. семинара / под ред. В.Н. Базылева. – М.: 2007. – С. 152 – 168.

158. Панченко, Н.Н. Комическое в новостном дискурсе как коммуникативная технология / Н.Н. Панченко // Вестн. иркутск. гос. линг. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация / под ред. С.Н. Плотниковой. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – С. 104-113.
159. Панченко, Н.Н. Лингвистическая реализация комического в английском новостном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук / Н.Н. Панченко. – Иркутск, 2005. – 199 с.
160. Плотникова, С.Н. Комический дискурс / С.Н. Плотникова // Аксиологическая лингвистика: игровое и комическое в общении: сб. науч. тр. / под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина. – Волгоград: Перемена, 2003. – С. 162 – 172.
161. Плотникова, С.Н. Стратегичность и технологичность дискурса // Вестн. иркутск. гос. линг. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация / под ред. С.Н. Плотниковой. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – С. 87-98.
162. Плотникова, С.Н. Языковая, коммуникативная и дискурсивная личность: к проблеме разграничения понятий / С.Н. Плотникова // Вестн. иркутск. гос. линг. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация / под ред. С.Н. Плотниковой. – Иркутск: ИГЛУ, 2005. – № 4. – С. 5-16.
163. Попкова, А.Н. Лингвоэмоциональная картина мира: особенности вербализации: (На основе языка текстов художественной литературы): дис. ... канд. филол. наук / А.Н. Попкова. – Краснодар, 2005 – 216 с.
164. Попова, З.Д. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях / З.Д. Попова, И.А. Стернин. Воронеж, 1999.
165. Попова, З.Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж, 2001. – 192 с.
166. Попченко, И.В. Комическая картина мира как фрагмент эмоциональной картины мира (на материале текстов И.Ильфа и Е.Петрова): дис. ... канд. филол. наук / И.В. Попкова. – Волгоград, 2005. – 219 с.
167. Постовалова, В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека / В.И. Постовалова // Роль человеческого фактора в языке / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова [и др.]. – М.: Наука, 1988. – С. 8 – 69.

168. Почепцов, Г.Г. О коммуникативной типологии адресата / Г.Г. Почепцов // Речевые акты в лингвистике и методике. Пятигорск: Изд-во ПГПИИЯ, 1986. – С. 10-17.
169. Почепцов, Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2001. – 352 с.
170. Провоторов, В.И. Очерки по жанровой стилистике текста (на материале немецкого языка): уч. пособие. – 2-е изд. испр. / В.И. Провоторов. – М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2003. – 140 с.
171. Пропп, В.Я. Морфология сказки. Вопросы поэтики / В.Я. Пропп. – Ленинград: Academia, 1928. – Выпуск XII. 152 с. (Репринтное издание).
172. Пропп, В.Я. Проблемы комизма и смеха / В.Я. Пропп. М.: Лабиринт, 2002. – 192 с.
173. Проскурина, А.А. Прецедентные тексты в англоязычном юмористическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук / А.А. Проскурина. – Самара, 2004. – 18 с.
174. Пузина, Л.Г. Распределение информации в тексте (когнитивный и прагмалингвистический аспекты) / Л.Г. Пузина; РАН Ин-т науч. информации по общественным наукам. – М., 1996. – 139 с.
175. Решикова, И.П. Дискурс власти в метоописании г. Сталинска / И.П. Решикова // Политический дискурс в России – 10: материалы X юбилейного всерос. семинара / под ред. В.Н. Базылева. – М, 2007. – С. 196 – 211.
176. Рогозина, И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: дис. ... д-ра филол. наук / И.В. Рогозина. – Барнаул, 2003. – 430 с.
177. Русакова, О.Ф. Политическая дискурсология: предметное поле, теоретические подходы и структурная модель политического дискурса / О.Ф. Русакова, Д.А. Максимов // Полис. – 2006. – № 4. – С. 26 – 43.
178. Рягузова, Л.Н. Гротеск как теоретический и художественный концепт в творческой интерпретации Набокова / Л.Н. Рягузова // Логический анализ языка. Языковые механизмы комизма / отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М.: Изд-во «Идрик», 2007. – С. 436 – 443.
179. Салыгина, Э.В. О соотношении и средствах языкового воплощения категорий оценки и комического в тексте англоязычного газетного фельетона / Э.В.

Салыгина // Стилистические стратегии текстообразования: сб. науч. тр. / под ред. Д.Г. Бордуковой. – Вып. 399. – М.: МГЛУ, 1992. – С. 103-118.

180. Санцевич, Н.А. Моделирование вариативности языковой картины мира на основе двуязычного корпуса публицистических текстов (метафоры и семантические оппозиции): дис. ... канд. филол. наук / Н.А. Санцевич. – М., 2003. – 225 с.

181. Серебренников, Б.А. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова [и др.]. – М.: Наука, 1988. – 212 с.

182. Сиротинина, О.Б. Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр» / О.Б. Сиротинина // Жанры речи. – Саратов: Изд-во Гос. учеб.-науч. центра «Колледж», 1999. – С. 26 – 30.

183. Сковородников, А.П.. Выразительные средства языка газетной публицистики / А.П. Сковородников, Г.А. Копнина // Журналистика и культура русской речи. – 2004. – № 1. – С. 11 – 21.

184. Слово в действии. Интент анализ политического дискурса / под. ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. – СПб.: Алетейя, 2000. – 316 с.

185. Слышкин, Г.Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов: дис. ... канд. филол. наук / Г.Г. Слышкин. – Волгоград, 1999. – 174 с.

186. Слышкин, Г.Г. Лингвокультурный концепт «страшное» в смеховой картине мира / Г.Г. Слышкин // Логический анализ языка. Языковые механизмы комизма / отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М.: Изд-во «Индрик», 2007. – С. 454-464.

187. Слышкин, Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: монография / Г.Г. Слышкин. – Волгоград: Перемена, 2004. – 340 с.

188. Современная газетная публицистика: проблемы стиля. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1987. – 120 с.

189. Солганик, Г.Я. Публицистическая речь в сопоставлении с художественной / Г.Я. Солганик // Язык средств массовой коммуникации как объект междисциплинарного исследования: материалы 2-й междунар. конф. / сост. М.Н. Володина. – М.: МАКС Пресс, 2008. – С. 24 – 26.

190. Солганик, Г.Я. Стилистика текста / Г.Я. Солганик. – М.: Флинта: Наука, 1997. – 120 с.

191. Солганик, Г.Я. Язык современных СМИ / Г.Я. Солганик // Журналистика и культура русской речи. – 2004. – № 1. – С. 3 – 6.
192. Соловьев, А.И. Политическая идеология: логика исторической эволюции / А.И. Соловьев // Полис. – 2002. – №2. – С. 8 – 11.
193. Соловьева, В.С. Нарушение жанровой экспектации как средство смыслообразования / В.С. Соловьева // Языковые подсистемы: сб. науч. тр. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2006. – С. 156 – 159.
194. Сорокин, Ю.А. Прецедентный текст как способ фиксации языкового сознания / Ю.А. Сорокин, И.М. Михалева // Язык и сознание: парадоксальная рациональность / ред. кол.: Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, И.В. Уфимцева; Рос. Акад. – М.: Наука: Ин-т языкознания, 1993. – С. 98 – 117.
195. Сорокин, Ю.А. Статус факта (события) и оценки в текстах массовой коммуникации / Ю.А. Сорокин // Политический дискурс в России – 4: материалы рабочего совещ. (Москва, 2000 г.) / под ред. Ю.А. Сорокина, В.Н. Базылева. – М.: Диалог-МГУ, 2000 – С. 89 – 101.
196. Сребрянская, Н.А. Дейксис и его проекции в художественном тексте Н.А. Сребрянская // Филол. науки. – 2004. – №5. – С. 58 – 67.
197. Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности / Ю.С. Степанов // Язык и наука конца 20 века / под ред. акад. Ю.С. Степанова; РАН. Ин-т яз. РАН. – М.:1995. – 432 с.
198. Стернин, И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж: Полиграф, 2001. – 252 с.
199. Стернин, И.А. Русское и немецкое коммуникативное поведение и проблема межкультурной коммуникации / И.А. Стернин // Межкультурная коммуникация. – Красноярск, 2003. – С. 63 – 102.
200. Стернин, И.А. Современный публицистический дискурс и общественные факторы / И.А. Стернин // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: Парадигма, 2006. – С. 134 – 145.
201. Супрун, А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление / А.Е. Супрун // Вопр. языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17 – 29.
202. Сулова, А.Ю. Лингвистические технологии власти в политическом дискурсе / А.Ю. Сулова // Вестн. иркутск. гос. линг. ун-та. Сер.: Лингвистика и

межкультурная коммуникация / под ред. С.Н. Плотниковой. – Иркутск: ИГЛУ, 2005. – № 4. – С. 98 – 104.

203. Сысоева, Т.А. Языковые средства реализации стратегий воздействия в текстах малого объёма (на материале англоязычной периодики): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т.А. Сысоева. – Минск, 2007. – 23 с.

204. Тертычный, А.А. Коммуникативные стратегии и журналистский текст / А.А. Тертычный // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – №4. – С. 93 – 104.

205. Тертычный, А.А. Коммуникативные стратегии и журналистский текст / А.А. Тертычный // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – №.5. – С. 72 – 84.

206. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.

207. Ткачев, П.И. Границы жанра / И.П. Ткачев. – Минск: Изд-во БГУ, 1977. – 208 с.

208. Ткачев, П.И. «Иду на «вы». Заметки о памфлете / И.П. Ткачев. – Минск: Изд-во БГУ, 1975. – 256 с.

209. Трахтенберг, А.Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого сознания / Д.А. Трахтенберг // Полис. – 2006. – № 4. – С. 44 – 60.

210. Труфанова, И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика И.В. Труфанова // Филол. науки. – 2001. – №3. – С. 56 – 65.

211. Тураева, З.Я. Лингвистика текста: (Текст: структура и семантика) / З.Я. Тураева. – М.: Просвещение, 1986. – 126 с.

212. Уздинская, Е.В. Неудачные заголовки в современных печатных изданиях Е.В. Уздинская // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2007. – Вып.7. – С. 86 – 105.

213. Ускова, Т.А. Вербализация интертекстуальности в текстах массовой коммуникации: автореф. дис. ...канд. филол. наук / Т.А. Ускова. – М., 2003. – 26 с.

214. Феденёва, Ю.Б. Метафорическое моделирование в Российском политическом дискурсе / Ю.Б. Феденёва, А.П. Чудинов // Политический дискурс в

России – 3: материалы рабочего совещ. (Москва, 2001 г.) / под ред. Ю.А. Сорокина, В.Н. Базылева. – М.: Диалог-МГУ, 2001. – С. 96 – 99.

215. Федосюк М.Ю. Комплексные жанры разговорной речи: «утешение», «убеждение» и «уговоры» / М.Ю. Федосюк // Русская разговорная речь как явление городской культуры / под ред. Т.В. Матвеевой. – Екатеринбург: АРГО, 1996. – С. 73 – 94.

216. Федосюк, М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров / М.Ю. Федосюк // Вопр. языкознания. – 1997. – № 5. – С. 102 – 120.

217. Филиппова, М.А. Идеологический концепт «демократия» (на материале лингвокультуры США): дис. ... канд. филол. наук / М.А. Филиппова. – Волгоград, 2007. – 229 с.

218. Фишман, Л.Г. Политический миф и идеология: «опасное сближение»? / Л.Г. Фишман // Полис. – 2006. – № 4. – С. 74 – 86.

219. Хорешко, О.Н. Основания положительной оценки лица в русском речевом общении / О.Н. Хорешко // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М.А. Кормилициной, О.Б. Сиротининой. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2007. – Вып.7. – С.197 – 205.

220. Черватюк И.С. Власть как коммуникативная категория: дис. ... канд. филол. наук / И.С. Черватюк. – Волгоград, 2006. – 215 с.

221. Чеславская, Л.А. Средства выражения иронии в языке современной французской прозы / Л.А. Чеславская // Актуальные проблемы лингвистики текста. – Брянск: Изд-во Брян. гос. пед. ун-та, 1996. – С. 140 – 145.

222. Чигирина, Т. Ю. Заголовки в советских и постсоветских газетах в аспекте интертекстуальности и лингвокультурологии: автореф. ... канд. филол. наук / Т.Ю. Чигирина. – Воронеж, 2007. – 19 с.

223. Чубарян, Т.Ю. Семантика и прагматика речевых жанров юмора: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т.Ю. Чубарян. – М., 1994. – 24 с.

224. Чудинов, А.П. Политический нарратив и политический дискурс / А.П. Чудинов // Языковые подсистемы: сб. науч. трудов. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2002. – С.184 – 191.

225. Чудинов, А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2003. – 248 с.
226. Шабес, В.Я. Событие и текст / В.Я. Шабес. – Киев: Высш. шк., 1989. – 175 с.
227. Шаховский, В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В.И. Шаховский. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. – 191с.
228. Шаховский, В.И. Роль комического в дискурсивном портрете политика / В.И. Шаховский, М.Р. Желтухина // Политический дискурс в России – 3: материалы рабочего совещ. / под ред. Ю.А. Сорокина, В.Н. Базылева. – М.: Диалог-МГУ, 1999. – С. 101 – 114.
229. Шейгал, Е.И. Голос народа в политической частушке / Е.И. Шейгал // Язык. Система. Личность. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2005. – С. 139 – 145.
230. Шейгал, Е.И. Идеологема как средство идентификации политика / Е.И. Шейгал, Е.В. Бакумова // Язык и мышление: психологические и лингвистические проблемы: сб. материалов. Всерос. науч. конф. – М.: Ин-т психол.; Ин-т языкознания РАН, 2001.
231. Шейгал Е.И. Концепты и категории дискурса / Е.И. Шейгал // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: Парадигма, – 2006. – С. 24 – 39;
232. Шейгал Е.И. Культурные концепты политического дискурса / Е.И. Шейгал // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах. Матер. Междунар.науч.-практ. конф. «Коммуникация – 2002». Пятигорск: ПГЛУ, 2002. – С. 24-26.
233. Шейгал, Е.И. Политический журналист как дискурсивная личность / Е.И. Шейгал // Журналистика в мире политики: поиски назначения: материалы секционного заседания конф. «Дни Петербургской философии-2005» / ред.-сост. С.Г. Корконосенко, В.А. Сидоров. СПб.: СПбГУ, 2006. – С. 113 – 122.
234. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.

235. Шкайдерова Т.В. Советская идеологическая языковая картина мира: субъекты, время, пространство (на материале заголовков газеты «Правда» 30-40-х гг.): дис. ... канд. филол. наук / Т.В. Шкайдерова. – Омск, 2007. – 237с.
236. Шмелева Е.Я. Рассказывание анекдота как жанр современной русской речи: проблемы вариативности / Е.Я. Шмелева, А.Д. Шмелев // Жанры речи: сб. науч. ст. – Саратов: Колледж, 1999. – С. 133 – 145.
237. Шмелева, Е.Я. Русский анекдот: текст и речевой жанр / Е.Я. Шмелева, А.Д. Шмелев. – М.: Яз. славян. культуры, 2002. – 143 с.
238. Шмелева, Е.Я. Политический анекдот: типы коммуникативных неудач [Электронный ресурс] / Е.А. Шмелева, А.Д. Шмелев. Режим доступа: http://www.dialog-21.ru/Archive/2001/volume1/1_44.htm.
239. Шмелева Е.Я. Клишированные формы в современном русском анекдоте / Е.Я. Шмелева, А.Д. Шмелев // Труды международного семинара Диалог'2000 по компьютерной лингвистике и ее приложениям. – Протвино, 2000. – Т. 1.
240. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра / Т.В. Шмелева // Жанры речи. – Саратов: Изд.-во ГУНЦ «Колледж», 1998. – С. 88 – 98.
241. Щурина Ю.В. Речевые жанры комического / Ю.В. Щурина // Жанры речи: сб. науч. ст. – Саратов: Колледж, 1999. – С.146 – 156.
242. Щурина Ю.В. Шутка как речевой жанр: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ю.В. Щурина. – Новгород, 1997.– 24 с.
243. Юренин Р.Н. Книга фильмов: Статьи и рец. разных лет / Р.Н. Юренин.– М.: Искусство, 1981. – 338 с.
244. Яковлева Е.С. Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени, восприятия) / Е.С. Яковлева. – М.: Гнозис, 1994. – 343с.
245. Dijk T.A. The mass media today [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.discourses.org/OldArticles/The%20mass%20media%20today.pdf>.
246. Fox Chris. The Ontology of Language. Properties, Individuals and Discourse. CSSLI Publications. Standford. – California, 2000. – 213 p.
247. Fiske, John. Television culture: popular pressure and politics. (Studies in communication). – Routledge – London – N. Y., 1993. – 351 p.
248. Jan Renkema. Introduction to Discourse Studies. – Amsterdam – Philadelphia, 2004. – 363 p.

249. Hoeken H. Contextual Parameters in the Evaluation of Persuasive Texts: A Cognitive Processing Approach // Discourse Analysis and Evaluation. Functional Approaches. – Amsterdam – Atlanta FA, 1997/ – P. 139-156.
250. Lasswell Harold D. The analysis of political behaviour: An empirical approach. – London – Routledge – Kegan Paul, 1970. – 314 p.
251. Schiffrin D. Everyday Argument: The Organisation in Diversity in Talk / Handbook of Discourse Analysis volume 3. Discourse and Dialogue, 1985. – P. 35 – 107.
252. Schiffrin D. In Other Words: Variation in reference and narrative. – Cambridge, 2006. – 315 p.
253. Sheigal Elena. The Sacred and the Profane: Manifestation of Values in Genres of Political Discourse. – Volgograd – Romapo, 2004. – P. 40 – 47.
254. Smith S. Carlota. Modes of Discourse. The Local Structure of Texts. University of Texas. Cambridge University Press, 2004. – 320 p.
255. Smith Chris, Voth Ben. The role of humor in political argument: how “strategy” and “lockboxes” changed a political campaign // Argumentation and Advocacy. – 39. – Fall, 2002. –P. 110 – 129.
256. Zammuner V. Argumentative Discourse // Le Discours Représentations et interprétations. Presses Universitaires de Nancy, 1990. – P. 111 – 113.

Список лексикографических источников

1. Большая советская энциклопедия: в 30 т. / под ред. А.М. Прохорова. – М.: Сов. энцикл., 1978. – (БСЭ).
2. Большой токовый словарь русского языка / под ред. Д.Н. Ушакова. – М.: АСТ: Астрель, 2004. – (БТСРЯ).
3. Брокгауз, Ф.А. Энциклопедический словарь: Философия и литература. Мифология и религия / Ф.А. Брокгауз, И.А. Ефрон. – М.: Эксмо, 2004. – (ЭС).
4. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. / В.И. Даль. – М.: ТЕРРА, 1994. – (ТСЖВЯ).
5. Кондрашов, В.А. Новейший философский словарь / В.А. Кондрашов, Д.А. Чекалов, В.П. Копорулина. – Ростов-на Дону: Феникс, 2005. – (НФС).

6. Литературный энциклопедический словарь / под общ. ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. – М.: Сов. энцикл., 1987. – (ЛЭС).
7. Литературная энциклопедия терминов и понятий / под ред. А.Н. Николюкина. – М.: НПК «ИНТЕЛВАК», 2003. – (ЛЭТП).
8. Литературная энциклопедия: в 11 т. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/dict/litenc>. – (ЛЭ).
9. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Азъ, 1995. – (ТСРЯ).
10. Политическая энциклопедия: в 2 т. / науч.-ред. совет: пред. Г.Ю. Семигин [и др.]. – М.: Мысль, 1999. – (ПЭ).
11. Словарь русского языка: В 4 т. / под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Рус. яз., 1988. – (СРЯ).
12. Словарь-справочник по правам человека: основные понятия и институты / под ред. С.С. Алексеева. – М.: Права человека, 2006. – (СПЧ).
13. Советский энциклопедический словарь / под ред. А.М. Прохорова. – М.: Сов. энцикл., 1983. – (СЭС).
14. Современный словарь по общественным наукам / авт.-сост. О.Г. Данильян [и др.]. – М.: Эксмо, 2007. – (ССОН).
15. Социальная психология: словарь / под ред. М.Ю. Кондратьева. – М.: ПЕР ЭС; СПб.: Речь, 2005. – (СП).
16. Философский энциклопедический словарь / ред.-сост. Е.Ф. Губский, Г.В. Кораблева, В.А. Путченко. – М.: ИНФРА-М, 1997. – (ФЭС).
17. Экономический словарь / под ред. А.И. Архипова. – М.: Проспект, 2006. – (Эк.С).