

Институт филологии, массовой информации и психологии
Новосибирского государственного
педагогического университета
ул. Вилюйская, 28, корп. 3, Новосибирск, 630126, Россия
E-mail: steksova@inbox.ru

ОБРАЗ ПОЛИТИКА В СМИ И ОБЫДЕННОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ

В статье ставится вопрос о том, насколько адекватно СМИ отражают представления россиян о политиках. Для ответа на этот вопрос сопоставляются образы политика в современных средствах массовой информации и в обыденном языковом сознании. Анализируются данные лингвистического эксперимента.

Ключевые слова: политическая лингвистика, средства массовой информации, политик, образ.

Социальные изменения, произошедшие в нашей стране в конце XX – начале XXI в., вызвали бурный всплеск интереса к политической коммуникации, языку политиков и к самим политическим деятелям. По мнению Э. В. Будаева и А. П. Чудинова, «интенсивное развитие информационных технологий, возрастающая роль средств массовой информации, все большая театрализация политической деятельности способствуют повышению внимания общества к политическому дискурсу» [2006. С. 11]. Как справедливо замечено ими же, политический дискурс создается преимущественно профессиональными журналистами, но в нем так или иначе могут отражаться практики политиков и даже рядовых граждан.

На тесную связь политики и СМИ обращает внимание и М. В. Геворгян. По ее мнению, «главное место действия всех политических событий – СМИ» [2011. С. 76]. Но при этом согласимся с распространенным мнением, что политический дискурс ориентирован не столько на «отражение» объективной реальности, сколько на ее создание и воссоздание. Именно в современных средствах массовой информации воссоздается образ политика. Понятие «образ политика» тесно связано с понятием стереотипа, под которым понимается стандартизированный и устойчивый образ, позволяющий получить обобщенное представление о

целой категории однородных явлений или объектов [Липпман, 2004. С. 93].

В 2006 г. уже была предпринята попытка воссоздать образ политика в представлении россиян по материалам газеты «Аргументы и факты» («АиФ») [Стекова, 2006]. Выбор источника не случаен, так как эта центральная газета имеет очень большой тираж, не ангажирована какой-либо партией, ориентирована на самого разного адресата. Кроме того, выбор примеров выполнен без учета жанровой специфики материала, интересующая нас лексема могла встретиться в речи журналиста, в письме читателя, в цитате какого-либо известного политического деятеля или деятеля искусств. Все это позволило предположить, что выборка материала репрезентативна.

Употребление исследуемой лексемы в «АиФ» в роли активно действующего субъекта очень частотно, что вполне логично и ожидаемо. Но анализ языкового материала показал, что эта роль (активного субъекта действия) представлена целой серией разновидностей, частных ролей, употребление которых весьма вариативно. В соответствии со словарным определением политик должен заниматься вопросами политики. Наши политики *продолжают бороться с привилегиями; участвуют в разработке законодательства; пишут законы*. На чаще всего, по материалам «АиФ», политики занимаются

деятельностью, весьма отдаленной от декларируемой словарями: покупают недвижимость, судятся и т. п. Деятельность политиков весьма невысоко оценивается россиянами, что отражается на выборе лексем для ее обозначения: *кто-то из политиков может дров наколоть, а кто-то – наломать*. Поведение политиков далеко от идеального. Они *дерутся, «греют руки», кидаются стульями, делают свое грязное дело*. От деятельности политиков россияне ждут результатов.

Ожидаемой субъектной ролью является роль субъекта воздействия, при этом весьма показательным является тот факт, что для лексемы *политик* среди всех субъектных ролей роль субъекта-каузатора является малочастотной, хотя, казалось бы, следует ожидать, что деятельность политиков должна приводить к порождению некоего нового положения дел в действительности. Но, как показал языковой материал, результативность деятельности политиков весьма низкая, причем чаще всего они каузируют ситуацию, которая расценивается говорящими как негативная. Таким образом, деятельность политиков воспринимается как деструктивная, разрушительная: *политики разжигают страсти, создают конфликты, раздувают проблемы*. Поэтому в России редкий *политик не вызывает у кого-нибудь аллергии; политики, стремящиеся к власти, как к добыче, вызывают большое разочарование у граждан*.

Роль субъекта вынужденного действия оказалась не очень характерной для исследуемой лексемы. Вероятно, это связано с тем, что в сознании людей политики ассоциируются с теми, кто сам определяет свою и чужую жизнь, кто не подчиняется чужой воле. Вынужденность их действий может быть обусловлена, в частности, определенными обстоятельствами (например, ситуацией предстоящих выборов). Представления о деятельности политиков также складывается из информации о том, куда ездят политики, с кем встречаются или, говоря современным языком, с кем «тусуются».

Итак, как представляется по материалам газеты «АиФ», обобщенный образ политика не вызывает большого уважения у россиян. Политик воспринимается как фигура, решающая в первую очередь свои проблемы и не желающая или не способная заниматься проблемами народа. Личностные и деловые

качества «политика» не вызывают доверия. Все это способствует тому, что политик противопоставляется «простому народу», становится для него «чужим».

Кроме того, в другой нашей статье в центре внимания было отражение в СМИ речевого поведения политиков [Стексова, 2008]. Представлялось интересным обратить внимание на то, как в современных СМИ интерпретируется речевое поведение политиков в целом. Иначе говоря, объектом исследования являлась не собственно речь какого-либо политика, а то, как она воспринимается и интерпретируется на страницах прессы. Языковой материал для анализа был собран при помощи поисковых программ «Интегрум» и «Национальный корпус русского языка», примеры взяты в основном из газет «АиФ» и «Новая газета» и единично из других изданий.

Современным политикам свойственна диалогичность, хотя бы внешняя, они чаще своих предшественников демонстрируют близость к народу, что, впрочем, им не всегда удается. Достаточно важным оказался не сам процесс говорения политика, а характеристика этого речевого процесса. Использование предикатов типа *мусолить, мямлить, твердить, возмущаться, изъясняться по принципу «здесь вам не тут»* и подобных позволяет говорящему охарактеризовать речевые пристрастия политика и передать свое отношение к его речевому поведению. Речевое поведение политиков убедительно доказывает, что они не отличаются высокой языковой культурой, равны со своими адресатами, так как используют те же языковые средства при коммуникации, что и «простой» народ. Тем не менее владение «народным словом» не исключает риторических способностей политиков. Анализируя представления россиян о политике как о субъекте речи, мы обращали внимание на то, в каких речевых жанрах выступает политик.

Собранный материал показал, что речевые жанры, свойственные политикам, демонстрируют их позиционирование себя в обществе как субъектов, занимающих позицию вышестоящих (чаще) или симметричную по отношению к адресатам коммуникации. Охотнее они выбирают речевые стратегии, свойственные коммуниканту, социальная роль которого выше социальной роли адресата. Это такие жанры, как *требование, команда*. Распространенными явля-

ются стратегии, характерные не только для вышестоящего, но и для коммуникантов симметричных социальных ролей, такие как *совет, призыв, объяснение*, хотя и в данных речевых ситуациях политики позиционируют себя как вышестоящих, имеющих право на советы (непрошенные), призывы и т. п. Менее характерным для политиков является выбор такого речевого поведения, которое обычно соответствует социальной роли нижестоящего. Были найдены единичные примеры, в которых политики что-либо просят или жалуются на что-либо. Следует отметить, что выбор таких речевых стратегий чаще всего есть своеобразная игра, «речевая маска», сознательно выбираемая политиком. При этом адресаты политиков воспринимают их речевое поведение негативно, считают политиков болтунами, лжецами и хитрецами.

Результатом нашего исследования стал обобщенный речевой портрет политика: политик – «человек говорящий», способный варьировать свое речевое поведение в соответствии с типом адресата. В одних случаях политик «опускается» до уровня «простого человека», говорит его языком, но при этом пытается обмануть адресата, заболтать его, манипулировать его сознанием. В других случаях это человек, готовый спорить, отстаивать свое мнение и договариваться. Но поскольку политик предстает в СМИ «человеком говорящим», а не «действующим», то ему нет особой веры, его речевое поведение не гарантирует ему коммуникативного успеха.

Проведенные исследования привели к необходимости поиска ответа на вопрос: насколько адекватно СМИ отражают представления россиян о политиках? Другими словами, на самом ли деле образ политика столь негативен в обыденном сознании россиян или он сознательно навязывается СМИ народу? Для решения этой задачи было предпринято анкетирование группы респондентов по следующим вопросам:

- определите лексическое значение слова *политик*;
- какие ассоциации вызывает это слово;
- каким должен быть, по вашему мнению, политик;
- каковы, по-вашему, современные политики?

Если первый вопрос нацелен на проверку респондентом знания, то ответы на сле-

дующие вопросы должны дать информацию о представлениях испытуемых о политиках. По мнению ученых, знание и представление не всегда совпадают в своем объеме, так как «представление – субъективное отражение связей и отношений действительности, и это субъективное отношение эмоционально» [Шахнарович, Юрьева, 1990. С. 23].

В анкетировании приняли участие 66 человек с неполным высшим и высшим образованием (студенты и сотрудники новосибирских вузов). Ответ на первый вопрос показал, что 31 человек правильно истолковал лексическое значение слова «политик»: *человек, занимающийся политикой, политической деятельностью, политическими вопросами* и т. п. Ср.: «политик – политический деятель, занимающийся вопросами политики, знаток политики» [Ожегов, 1972. С. 508]. Двадцать четыре человека под словом *политик* подразумевают государственного деятеля, человека власти: *человек, занимающий высокий пост и принимающий важные государственные решения; человек, в руках которого находится государственная власть; представитель власти; государственный деятель* и т. п. Семь человек под словом *политик* подразумевают общественного деятеля: *человек, активно занимающийся общественной деятельностью; человек, активно участвующий в общественной жизни страны, имеющий собственную идеологию* и т. п. Четыре человека не определили лексическое значение слова, один из них вместо дефиниции дал оценочное суждение: *человек, который много говорит ни о чем, ничего полезного не делает и обещает невыполнимое*. Очевидно, что большинство испытуемых правильно понимает значение данного слова или очень близко к правильному пониманию.

Второй вопрос предполагал выявление ассоциаций респондентов на стимул *политик*. В XX в. ассоциативный эксперимент получил широкое распространение в качестве метода исследования индивидуального и группового сознания человека. Под ассоциацией понимают «возникающую в опыте индивида закономерную связь между двумя содержаниями сознания (ощущениями, представлениями, мыслями, чувствами и т. п.), которая выражается в том, что появление в сознании одного содержания влечет за собой и появление другого» [Мещеряков, Зинченко, 2003. С. 17]. При проведении

прямого (свободного, ненаправленного) ассоциативного эксперимента респонденты не были ограничены количеством требуемых ассоциаций. Поэтому у некоторых респондентов была зафиксирована лишь одна ассоциация, у других – от двух до пяти. Всего было получено 154 ассоциации. При обработке вербальных реакций тематическую классификацию ассоциаций можно представить в виде нескольких смысловых блоков. По частотности первое место занимают ассоциации из блока, который можно определить как **характеристики политика** (60). В этой группе зафиксированы оценочные ассоциации, причем с нейтральной коннотацией только пять: *серьезный* (2), *успешность* (2), *смешарики* (1) и *лысые толстые мужчины* (1), все другие ассоциации имеют явную негативную оценочность: *нечестность (обман, ложь)* – 24; *словоблудие, пустословие* – 9; *демагог* – 3, *хитрый* – 2. Остальные ассоциации носят единичный характер: *популист, интриган, скучный, напыщенность, двуличие, безучастность, невежество, клоун, безжалостность, наглость, коррупционер, агрессия, бюрократ, недруг, акулizm*. Отметим, что характеристика политиков выражается не только прилагательными, но и существительными с оценочной семантикой.

Второй смысловой блок представляют ассоциации, которые отражают **результат деятельности политиков** (42). Этот блок можно разделить на две группы: то, чем обладают политики в результате своей деятельности (23), и то, к чему приводит их деятельность в масштабах страны (19). В первой подгруппе самыми частотными были ассоциации, характеризующие материальное положение политиков: *богатство, толстосум, деньги* (11) и *власть* (11); единичной ассоциацией является слово *мигалки*. Вторая подгруппа представлена такими ассоциациями, как *коррупция* (6), *взятки* (4), *предрешенность* (2), и единичными: *выгода, манипуляция, заказные убийства, лоббирование, скандал, пустые обещания, привилегии, схемы*. Хотя и с небольшим, но все-таки перевесом первенствуют ассоциации, которые фиксируют материальное благополучие политиков. По этому критерию политики резко противопоставлены всему остальному обществу. Представления о бедном политике отсутствуют в обыденном языковом сознании.

Третий по частотности блок составляют ассоциации, определяющие **социальный статус** политиков (16); из них: *президент* – 2, *государственный деятель* – 2, *чиновник* – 2, *политический деятель* – 2, *общественный деятель* – 2; остальные единичные – *депутат, премьер-министр, руководство, начальство государства, член партии, глава*. Как видно, эти ассоциации коррелируют с данными по определению лексического значения слова *политик*.

Четвертый блок близок к предыдущему, его условно можно обозначить как **сфера или место дислокации политиков** (15 ассоциаций). Они распределились следующим образом: *государство* – 6, *Дума* – 5, *партия* – 2, *КПРФ* – 1, *единороссы* – 1. Интересно отметить, что названы только две партии: КПРФ и «Единая Россия», причем это единичные ассоциации. В связи с этим представляется, что влияние партии «Единая Россия» на «умы россиян» весьма преувеличивается политическими и государственными деятелями, что свидетельствует либо о их самообмане, либо о сознательном введении в заблуждение. И то, и другое – одинаково плохо.

На пятом месте ассоциации, условно названные **атрибуты** – 14, из них: *выборы* – 3, *диспут, дебаты* – 3, *закон* – 2, *народ* – 2; единичные: *агитация, бюллетень, страна, демократия*.

И, наконец, на последнем месте оказались **ассоциации-персоналии**: *Жириновский* – 3, *Медведев* – 2, *Путин* – 2. Скудность этого типа ассоциаций также представляется значимой: образ политика не персонализируется в обыденном языковом сознании, следовательно, у нас нет ярких, самобытных политиков, лишь Жириновский запоминается своими эпатажными заявлениями, а Медведев и Путин известны в силу своего статуса первых лиц государства.

Как показал эксперимент, почти 39 % от всех ассоциаций – это субъективные характеристики, причем, за редким исключением, негативного характера. Но если ассоциации имеют автоматическую природу, характеризуются слабой способностью человека управлять ими, то следующая пара вопросов ориентирована на выявление осмысленного, сознательного восприятия. Как отмечал А. М. Пешковский, «психология учит нас, что процесс мышления тем именно и отличается от простой ассоциации представле-

ний, что в нем **мы** соединяем наши представления, а **не они** соединяются в нас. Здесь имеет место сознательный выбор представлений и сознательный контроль над соответствием или несоответствием их самих и их взаимоотношений с действительностью...» (выделено нами. – Т. С.) [1956. С.169].

В ответ на вопрос «Каким, по вашему мнению, должен быть политик?» было названо 15 характерных черт. Самой востребованной является *честность* – 29 ответов; политик должен *отстаивать права граждан* (22); он должен быть *умным* (15), *образованным* (13), *ответственным* (10), *справедливым* (8), *бескорыстным* (6), *выполняющим свои обещания* (5); его хотели бы видеть *рассудительным* (2), *патриотом* (2), *независимым* (2), *добросовестным* (2), *культурным* (1). И только один человек считает, что политик должен быть *строгим* и *сильным*. На основе этих ответов можно предположить, что утверждения в ряде СМИ о том, что народ мечтает о «сильной руке», мягко говоря, преувеличены, по крайней мере, для исследуемой социальной группы респондентов.

И прямо противоположные ответы дают респонденты на четвертый вопрос «Каковы, по-вашему, современные российские политики?». Один человек ответил «не знаю», один – «скучные», ответы остальных респондентов имеют ярко выраженную негативную коннотацию. Причем ответы характеризуют самих политиков в разных аспектах личности и выражают отношение респондентов к политикам. На первом месте по частотности является такая характерная черта, как *болтливость* – 10 ответов; затем *эгоизм* – 8 ответов.

По шесть человек отметили такие особенности политиков, как *продажность*, *безответственность*; еще шесть человек честно написали: «*ничего хорошего про них сказать не могу*», что отражает их цельное недифференцированное негативное восприятие политиков. Политики в обыденном сознании респондентов *нечестные*, *лживые* (5), *не интересуются проблемами народа* (5); они играют роль *шоуменов*, *актеров* (5); они *коррумпированные* (4), *недалековидные*, *неэрудированные* (5), *корыстные*, *алчные* (5), *обманщики* (4). По два человека отметили, что политики – *не патриоты*, они *лицемерные*, *обнаглевшие*, *жадные*. Еди-

ничные оценки: *беспринципные*, *равнодушные*, *скользкие*, *неадекватные*, *вороватые*, *беспомощные*, *некомпетентные*, *позеры*. И как крик души: они *плохие*, даже *ужасные*. По мнению отдельных респондентов, политики – это *марионетки*, *хитрецы*, *популисты*, *временщики*. Встречается даже не вполне корректное: они *свины*, «*вызывающие перманентное чувство стыда за них как “лицо” страны*». По мнению респондентов, «они *схематичны* и лишены “человеческого содержания”», *неинтересны*.

Интересно отметить тот факт, что слабо контролируемые ассоциации на слово *политик* и сознательные, целенаправленные ответы на последний вопрос совпали в коннотативном аспекте.

Итак, результаты опроса показывают, что в обыденном сознании образ политика складывается далеко не положительный. Наблюдается четкая оппозиция: народ – политики. Политик воспринимается как чужой, далекий от народа, преследующий только свои интересы. Политикам не верят и в них не верят. Косвенным подтверждением этих результатов являются комментарии пользователей Интернета, в частности комментарии к информации о том, что жителям Новосибирска было рекомендовано зашторить окна во время визита В. В. Путина 8 ноября 2011 г., что в Сибирском государственном университете путей сообщения в связи с его приездом отменили студенческие занятия (орфография и пунктуация сохранены авторские): *царь приехал, что поделаешь...; Черт его сюда несет; Все глаза промозолил этот галерный раб. Видимо будет инструктировать едровцев как мухлевать на выборах; Они бы весь регион освободили от занятий в честь приема путина; Это зачем?! Чтобы сиянием не ослепило?!?! Самый скверный враждебный к народу чиновник. Меня никто никогда не спросит, но в моем городе для него нет места?! Поддерживаю. Послать его в одно место, вместе с его Москвой, налогами и законами; Когда ж он исчезнет??? Неужели есть еще идиоты которые верят ему????* В этих и подобных комментариях в Интернете в отличие от СМИ активно используется оценочная лексика с негативной коннотацией, встречаются слова не только разговорные и просторечные, но даже и бранные, что вполне объясняется отсутствием самоцензуры и саморедактирования, а также возмож-

ностью практически анонимного участия (под вымышленным именем) в интернет-обсуждениях.

Показателен и тот факт, что в последние годы вновь актуальными стали политические анекдоты: *Если ты изнасиловал одного человека – ты насильник, если сотню – ты маньяк, если миллион – ты олигарх, если всю страну – ты президент. Я думал, что только простые люди плохо относятся к политикам, но благодаря WikiLeaks узнал, что сами политики относятся друг к другу еще хуже*¹.

Таким образом, можно предположить, что дискурс власти в современных СМИ адекватно отражает отношение народа к политическим и государственным деятелям и в то же время очевидна и власть дискурса, влияющего на формирование отношения народа к политическим деятелям. Но чтобы точно утверждать это, необходимо исследовать и другие социальные и возрастные группы респондентов.

Список литературы

Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политическом интердискурсе. Екатеринбург, 2006.

Геворгян М. В. Актуализация тактики манипулирования лексикой в массмедийном политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2011. № 4. С. 76–78.

Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой. М., 2004.

Мещераков Б. Г., Зинченко В. П. большой психологический словарь. М., 2003.

Ожегов С. И. Словарь русского языка. М., 1972.

Пешиковский А. М. Русский синтаксис в научном освещении. М., 1956.

Стеклова Т. И. Политик в представлении россиян // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности: Тр. Уральского психолингвистического об-ва. Екатеринбург, 2006. Вып. 4. С. 90–102.

Стеклова Т. И. Речевое поведение политиков в зеркале современных СМИ // Исследования по семантике. Уфа, 2008. С. 484–490.

Шахнарович А. М., Юрьева Н. М. Психолингвистический анализ семантики и грамматики. М., 1990.

¹ Топ-7 политических секс-скандалов XXI века. URL: <http://top.rbc.ru/society/03/11/2011/623330.shtml> (дата обращения 21.12.2011).

Материал поступил в редколлегию 12.01.2012

T. I. Steksova

THE IMAGE OF A POLITICIAN IN MASS MEDIA IN THE COMMON LANGUAGE USAGE

The author discusses the adequacy of mass media reflecting the Russian people's ideas of politicians' personalities. Politicians' images are compared, produced by modern mass media and existing in the common language thinking. The data of a linguistic experiment are analyzed.

Keywords: political linguistics, mass media, politician, image.