

*На правах рукописи*

Лонская Анна Юрьевна

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ВЛАСТИ В ЯЗЫКЕ  
РОССИЙСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ (1991-2008 гг)**

Специальность 10.02.01 – русский язык

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание учёной степени  
кандидата филологических наук

Москва – 2021

Работа выполнена на кафедре русского языка и методики его преподавания филологического факультета Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов».

**Научный руководитель:**

**Шаклеин Виктор Михайлович**, доктор филологических наук 10.02.01, профессор, заведующий кафедрой русского языка и методики его преподавания ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

**Официальные оппоненты:**

**Заварзина Галина Анатольевна**, доктор филологических наук 10.02.01, доцент, заведующая кафедрой русского языка, современной русской и зарубежной литературы, ФГБОУ ВО «Воронежский государственный педагогический университет»

**Маслова Валентина Авраамовна**, доктор филологических наук 10.02.19, профессор, профессор кафедры дошкольного и начального образования, Витебский государственный университет имени П.М. Машерова

**Третьякова Людмила Николаевна**, кандидат филологических наук 10.02.01, доцент, старший педагог дополнительного образования кафедры русского языка №3 ФРЯ и ОД, ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

Защита состоится 19 марта 2021 г. в 11:00 на заседании диссертационного совета ПДС 0500.001 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном библиотечном центре (Научной библиотеке) ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6.

Объявление о защите и автореферат диссертации размещены на сайтах <http://dissovet.rudn.ru> и <https://vak.minobrnauki.gov.ru>

Автореферат разослан \_\_\_\_\_ .

Учёный секретарь  
диссертационного совета ПДС 0500.001  
кандидат филологических наук, доцент

С.Г. Коровина

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Образ власти – это один из ключевых образов, формирующих самосознание, философию и культуру россиян на протяжении тысячелетней истории России. Он является неотъемлемой частью социальной жизни индивида. Образ власти находит своё воплощение в искусстве, литературе, политике. Особую функцию он выполняет в текстах, создаваемых средствами массовой информации. СМИ не только информируют общество о важных политических событиях и персоналиях, но и могут трансформировать представления о политической действительности в стране, формируя определённый образ власти, соответствующий различным политическим предпочтениям заказчиков статей или аудитории определённых изданий, управляя таким образом общественным мнением.

Создание образа власти в текстах СМИ, основанное на использовании различных языковых приёмов и способах манипулирования информацией, является актуальной темой исследования среди специалистов в области лингвистики, культурологии, журналистики, пиара, социологии, политологии. Данный речевой и ментальный образ подвержен постоянным изменениям в контексте и дискурсе, что и обуславливает необходимость его изучения как феномена, находящегося в процессе постоянного развития.

Современный образ власти является концептуально новым для российской истории, так как его формирование было связано с кардинальными изменениями в политическом строе России, произошедшими в 1990-х годах XX века и повлекшими за собой изменения как в русском языке, так и культуре в целом. Распад СССР, образование Российской Федерации в 1991 году, радикальные экономические реформы, появление демократических прав и свобод, а также возникновение коммерческих СМИ оказали существенное влияние на формирование нового образа власти, который на данный момент находится в процессе своего становления, что предопределяет необходимость его подробного изучения.

Стоит отметить важность указанных временных рамок исследования (1991-2008 гг). Последнее десятилетие XX века – это период, когда начинается процесс формирования современного образа власти. В нулевые годы XXI века отличительные черты данного образа в языке массмедиа складываются в ускоренном темпе. К 2008 году характерные черты образа власти были сформированы и утвердились в лингвокультуре России.

Всё выше перечисленное обуславливает **актуальность** данного диссертационного исследования, посвящённого изучению лексических средств создания контекстуального образа власти в языке российских печатных СМИ с целью выявления их характерных особенностей.

**Объектом** исследования стала лексика русского языка, формирующая образ власти на страницах российских печатных СМИ различной политической направленности.

**Предметом** – лексические средства выразительности, используемые в текстах российских газет, прямо или косвенно связанные с репрезентацией образа современной власти.

**Цель** исследования заключается в выявлении характерных особенностей лексических средств выразительности, актуализирующих феномен образа власти в языке российских печатных СМИ.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

1) конкретизировать значение и выявить различия понятий образ, образ в СМИ, образа власти в СМИ на основе анализа научной литературы, посвящённой изучению данного вопроса;

2) определить тематические группы лингвокультуры на базе публицистического пространства, оказавшие влияние на формирование образа власти в 1991-2008 гг.;

3) рассмотреть особенности лексики, отражающей специфику образа власти в печатных СМИ, на базе газетных текстов, посвященных наиболее значимым общественно-политическим событиям обозначенного периода;

4) провести лингвокультурологический анализ образа власти на основе вербализации дихотомии ценностей и антиценностей;

5) выявить характерные черты образа власти в контексте лексических средств выразительности, актуализирующих тему власти в газетной публицистике.

**Материалом исследования** послужил русскоязычный политический дискурс – тексты политической тематики разных жанров из газет «Аргументы и факты», «Завтра», «Известия», «Коммерсант», «Московский Комсомолец», «Независимая газета», «Новая газета», «Правда», посвященные деятельности российских политиков, политическим событиям в России в 1991-2008 годах, а также толковые словари русского языка («Толковый словарь русского языка» под ред. Д.Н. Ушакова, «Толковый словарь Ожегова» под ред. С.И. Ожегова, Н.В. Шведовой, «Фразеологический словарь русского литературного языка» под ред. А.И. Фёдорова, «Словарь криминального и полукриминального мира: мат, сленг, жаргон» под ред. Я. Мельника, «Словарь русского арго» под ред. В.С. Елистратова, «Словарь иностранных слов» под ред. Н.Г. Комлева и др.).

Выбор газет обусловлен их идеологическими характеристиками и общественной направленностью. Так, были выделены две группы изданий: лояльные к власти и оппозиционные. В первую группу вошли газеты, специализирующиеся на анализе общественно-политической тематики и бизнеса: «Аргументы и факты», «Известия», «Независимая газета», «Московский Комсомолец», «Коммерсантъ». Вторая группа представлена общественно-политическими изданиями коммунистического и либерального направления: «Завтра», «Правда», «Новая газета». Политическая направленность газетной публицистики была непосредственно связана с созданием образа власти.

В процессе работы над темой исследования было проанализировано 153 газеты, вышедших из печати в период с 1991 по 2008 год.

Выбор печатных СМИ обусловлен также тем, что выше названные массмедиа отличаются высокой степенью влияния на массовое сознание, так

как, согласно мнению Г.М. Маклюэну, газеты и журналы относятся к «горячим» СМИ, они вызывают у реципиента активную ответную реакцию, заставляют его сознание работать более энергично, вынуждают погрузиться в чтение с целью извлечения из текста информации. Трудоёмкий процесс чтения статей, требующий аналитической мыслительной деятельности, способствует формированию в сознании реципиентов определённых выводов, мнений, конкретных образов действительности, тогда как просмотр новостей по телевидению, на видеохостинговых сайтах или прослушивание новостей по радио дают адресату готовый аудиовизуальный продукт или образ.

**Методами исследования** стали комплексный, лингвокультурологический анализы, описательный, сопоставительный методы, метод наблюдения.

**Гипотеза исследования.** Образ власти, выраженный в текстах СМИ при помощи лексических средств выразительности, основанный на традиционных, исторически и культурно обусловленных ценностях, актуализирует политическую культуру российского общества 1991-2008 гг. Данный подход к исследованию лексических средств даст возможность выявить общие черты в национальной картине мира носителя русской лингвокультуры.

**Научная новизна** исследования определяется тем, что в данной работе лексические средства, выражающие образ власти в текстах СМИ, рассмотрены с позиции лингвокультурологии и проанализированы в контексте русской политической культуры, общественно-политических преобразований конца XX – начала XXI вв., языкового вкуса эпохи.

В работе проведен лингвокультурологический анализ лексических средств, с помощью которых создается образ власти в текстах печатных СМИ, выявлена специфика лексических единиц, отражающих русскую политическую культуру, рассмотрена лексика, актуализирующая способы манипулирования общественным мнением в СМИ в процессе создания определённого образа власти.

**Теоретическая значимость** исследования состоит в том, что в работе дана дифференциация понятий образ, образ в СМИ, образ власти в СМИ; обоснованы принципы формирования образа власти в контексте политического дискурса печатных СМИ и русской политической культуры; выявлены особенности лингвокультурной ситуации последнего десятилетия XX - первого десятилетия XXI вв., складывающейся на основе ценностей и антиценностей, формирующих образ власти; определены основные тематические группы, способствующие созданию наиболее запоминающегося образа в газетной публицистике; проанализированы лексические средства его создания на базе русской лингвокультуры.

**Практическая значимость** исследования состоит в том, что полученные результаты могут быть использованы в вузовских курсах по русскому языку, культуре речи, журналистике, политологии. Данное исследование определяет значение образа власти в русской политической культуре, влияние текстов массмедиа на общественное сознание и восприятие власти. Материалы исследования могут быть использованы в процессе обучения русскому языку студентов-филологов, лингвистов, журналистов, политологов, а также в таких научных областях, как лингвокультурология, лингвистика и др.

**В качестве теоретической и методологической базы** исследования использованы труды В.В. Виноградова, Г.О. Винокура, И.Ф. Волкова, В.В. Воробьева, Г.А. Заварзиной, М.В. Горбаневского, Т.Г. Добросклонской, В.И. Здоровеги, Ю.Н. Караулова, В.Г. Костомарова, А.А. Леонтьева, В.А. Масловой, М.И. Стюфляевой, А.Н. Тепляшина, С.Г. Тер-Минасовой, Г.Н. Трофимовой, В.М. Шаклеина и других авторов.

**Степень разработанности темы.** В последние десятилетия образ власти в текстах СМИ и языковые способы его выражения активно изучаются. Проблемы нормы и стиля, реализации лингвокультурной семантики языковых единиц в процессе описания медиаобраза публичных людей, а также

актуальных общественно-политических проблем являются существенными для современной лингвистики, лингвокультурологии, журналистики.

Изучением терминологической специфики образа в литературе и лингвистике занимались О.С. Ахманова, А.В. Безрукова, Е.Б. Борисова, Н.С. Болотнова, В.В. Виноградов, Г.О. Винокур, И.Ф. Волков, Н.Ю. Гончарова, В. фон Гумбольдт, Т.Т. Давыдова, А.И. Ефимов, А.А. Зализняк, В.Г. Костомаров, А.Л. Коралова, Г.В. Кручевская, А.А. Леонтьев, Т.В. Матвеева, А.А. Потебня, Л.И. Тимофеев, М.Б. Храпченко, V. Evans.

Образ в СМИ исследуется такими учёными, как И.А. Балалуева, Т.Н. Галинская, Т.С. Глушкова, Т.Г. Добросклонская, А.А. Зайцева, Р.И. Зекрист, В.И. Здровега, П.П. Каминский, Н.М. Ким, Л.Е. Кройчик, А.В. Марушак, Г.С. Мельник, Я.А. Пархоменко, Е.И. Пронин, Л.Л. Реснянская, М.И. Стюфляева, А.Н. Тепляшина, А.Г. Тушмалишвили, Л.В. Хочунская, Д.А. Шевцова, G. Bennett, E. Perse.

Образ власти СМИ как специфическое явление анализируется на базе работ И.А. Балалуевой, А.Н. Баранова, А.Н. Жмырикова, Т.М. Зуевой, Г.Г. Почепцова, Е.Г. Прилукова, Е.П. Прохорова, Н.А. Романович, В.И. Россмана, Е.В. Фролова, В.М. Шепеля, Е.М. Шкилевой, V. Zakem.

Образ в лингвокультуре и лингвострановедении был изучен Н.Ф. Алефиренко, Ю.А. Бельчиковым, А. Вежбицкой, В.В. Воробьёвым, С.Г. Воркачёвым, В.В. Красных, В.А. Масловой, Е.Н. Стрельчук, С.Г. Тер-Минасовой, В.М. Шаклеиным, Е.Е. Юрковым, Е.С. Яковлевой.

В современном научном дискурсе изучению различных способов выражения образа власти в СМИ посвящены кандидатские и докторские диссертации 2010-х годов: Музыка Е.В. «Гендерные особенности восприятия власти в современной России» (2016 г.), Замальдинов В.Е. «Словообразовательные неологизмы как средство речевого воздействия (на материале нижегородских СМИ начала XXI века)» (2017 г.), Данкова Н.С. «Дискурсивные стратегии репрезентации судебной власти в жанрах печатных СМИ» (2017 г.), Навасартян Л.Г. «Языковые средства и речевые приёмы



манипуляции информацией в СМИ (на материале российских газет)» (2017 г.), Цомартова Ф.А. «Роль средств массовой информации в избирательном процессе: совершенствование информационно-правового регулирования» (2018 г.).

Внимание исследователей к анализу лексики, которая используется в процессе создания у реципиентов представления о новой российской власти, недостаточная изученность способов лексической актуализации образа власти в СМИ 1991-2008 годов, и следующий из этой проблемы вопрос о специфике формирования «языкового вкуса эпохи» (термин В.Г. Костомарова) на базе восприятия современной политики России, а также сложность процессов, происходящих в концептуально новой для истории России политике конца XX – начала XXI века, оказавшей большое влияние на формирование современного образа власти, российского общества, культуры, философии и языка, указывают на ряд нерешённых вопросов в сфере возникновения и функционирования лексики как инструмента создания образа власти.

Таким образом, мы можем утверждать, что проблематика образа власти и лексики, его актуализирующей, не является новой для лингвистики, однако изучение данного образа в обозначенный временной период открывает новые горизонты исследований в контексте лингвокультурологии.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Необходимость изучения лексических средств создания образа власти в языке российских СМИ через призму лингвокультурных особенностей современной России является важной составляющей отечественной лингвистики, литературоведения, журналистики и других гуманитарных наук. Медийный образ власти адекватно воспринимается реципиентом благодаря национально-историческим, философским, психологическим, бытовым аспектам русской культуры, нашедшим своё отражение в лексических средствах выразительности.

2. Образ власти в российских СМИ представляется как система общественных представлений о власти, её сущности, функциях, структуре,

действиях. Он персонифицирован, клиширован, содержит в себе национально-культурные стереотипы, ассоциативен, идеологически обусловлен, тесно связан с политической культурой России, трансцендентен и отражает культурные коды и ценностные ориентиры реципиентов.

3. Лингвокультурологический анализ лексики, вербализующей образ власти в тематических группах «выборы президента и политические реформы», «терроризм», «война» позволяет выявить традиционные (*сила, стремление к победе, героизация, покаяние, закрытость*) и новые (*имидж, элитарность, сращение власти и силовых структур*) черты образа власти в контексте социально значимых конфликтных ситуаций и лингвокультуры российского читателя конца XX - начала XXI вв.

4. Лингвокультурное содержание образа власти в языке российских печатных СМИ 1991-2008 гг. вербализуется посредством ценностных оппозиций *сильный лидер – слабый лидер, новая власть – старая власть, уважение к культуре СССР – порицание культуры СССР, победитель – проигравший, героизм – беспомощность/трусость, компетентность – некомпетентность*. Русские культурные коды *традиционализм, непобедимость, самоотдача* реализуются в процессе создания образа власти. Характерными маркерами образа власти в хронологии 1991-2008 гг. оказываются безоценочные (*вертикаль власти, рейтинг, силовые структуры*) и оценочные (*коррупция, терроризм, этнонационализм*) лексические единицы, обусловленные реалиями времени. Данная аксиологическая лексическая парадигма способствует возникновению концептуально нового для рубежа веков образа власти.

5. Благодаря своей семантики фразеологизмы становятся регулярно встречающимся лексико-фразеологическим средством выразительности в процессе создания образа власти. На второе место выходят оценочные метафоры, имеющие отношение к природе, медицине, военным действиям, репрезентирующие экспрессивно-эмоциональную сторону образа власти. В формировании образа власти участвуют и стилистические выразительные

средства: просторечная и разговорная лексика, каламбуры – упрощающие образ власти в сознании реципиента, приближающие его к народу. Лексика в зависимости от сферы её употребления и степени её употребительности, а именно жаргонизмы, архаическая и иноязычная лексика, также участвуют в оценке образа власти, однако встречается на страницах газет реже. Наиболее редкими лексическими средствами в контексте создания образа власти являются сравнения.

**Апробация исследования.** Основные положения работы отражены в докладах, которые были представлены на следующих конференциях: XIII Студенческая научно-практическая конференция «Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания» (Москва, РУДН, 2016), III Международная научно-практическая конференция «Основные проблемы гуманитарных наук» (Волгоград, ИЦРОН, 2016), XVI Всероссийская научно-практическая конференция молодых учёных с международным участием «Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания: традиции и инновации» (Москва, РУДН, 2016), Всероссийский форум русского языка, посвящённый наследию академика И.И. Срезневского (Рязань, РГУ, 2016), Международная научно-практическая конференция «Концепции устойчивого развития науки в современных условиях» (Стерлитамак, АМИ, 2017), II Международная научно-практическая конференция «Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура» (Москва, РУДН, 2018), Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия» (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, 2018), XVII Всероссийская научно-практическая конференция молодых учёных с международным участием «Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания: традиции и инновации» (Москва, РУДН, 2018), XX Юбилейная научно-практическая конференция центральной ассоциации преподавателей русского языка Америки «Полный разума русский язык» (Москва, ИРЯП, 2018), Международная научно-практическая конференция молодых ученых «Изучение и преподавание русского языка в

различных лингвокультурных средах» (Москва, РУДН, 2019), III Международная научная конференция «Социальные и культурные трансформации в контексте современного глобализма», посвящённая 80-летию заслуженного деятеля науки Российской Федерации Туркаева Х.В. (Грозный, Комплексный научно-исследовательский институт им. Х.И. Ибрагимова РАН, 2020).

Основные положения работы отражены в 13 публикациях, 2 из которых входят в журналы, рекомендованные Высшей аттестационной комиссией при Министерстве образования и науки РФ (ВАК), 2 публикации в журналах, представленных на платформе Web of Science.

**Структура исследования.** Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы, приложения.

### **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**Во Введении** обосновываются выбор темы, ее актуальность, определяются объект, предмет, научная гипотеза исследования, формулируются его цель и задачи, указываются применяемые методы, раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, дается характеристика ее структуры, приводятся основные положения, выносимые на защиту.

Первая глава **«Категория образности и её изучение в лингвокогнитивном пространстве газетно-публицистического текста»**, состоящая из трех параграфов, является реферативно-исследовательской. В ней рассматриваются содержание понятия и функции термина «образ» в науках филологического цикла, способы формирования образности в дискурсе СМИ, языковая и социокультурная концептуализация образа власти в массмедиа.

Художественный образ понимается исследователями как система «конкретно-чувственных средств, воплощающая собой собственно художественное содержание, то есть художественно освоенную

характерность реальной действительности<sup>1</sup>. Образ помогает автору-создателю образа и реципиенту познавать действительность посредством творческой фантазии. Так, Т.Т. Давыдова определяет образ как «результат осмысления автором какого-либо явления, процесса жизни способом, свойственным тому или иному виду искусства, объективированный в форме как целого произведения, так и его отдельных частей»<sup>2</sup>. Образ субъективен и воплощается в текстах с помощью слов, замещающих тот или иной предмет или явление. Образ включает в себя множество чувственных составляющих благодаря «внутренней форме» слова, которая включает сложные словесные образования («образы») и представления образов («образы образов»). Внутренняя форма слова позволяет слову становиться новым с более широким (образным) значением: «Всякое новое применение слова есть создание слова. Если делаемый при этом в сознании шаг не крупен, то мы называем это – только расширением значения; если же он крупен, то создается новое слово, и в этом случае является новое представление»<sup>3</sup>. Образ является конкретной, основной составляющей текста, созданной с помощью словесно-речевых и художественно-композиционных приемов. Он представляет собой систему конкретно-чувственных средств и воплощает особую идею, содержание характерной реальной действительности, освоенной и переосмысленной автором текста.

Художественный образ лежит в основе творческого образа в дискурсе СМИ, однако он приобретает в пространстве медиа некоторые специфические черты. Образ в СМИ отличается документальностью, поскольку журналист, «будучи лишенным основных «помощников» художественного творчества (творческий вымысел, фантазия), идет по нелегкому пути: он лишь художественно организует документальный, фактический материал в

---

<sup>1</sup> Волков И. Ф. Теория литературы. Учеб. пособие для студентов и преподавателей. — М.: Просвещение; Владос, — 1995. — С. 75.

<sup>2</sup> Давыдова Т.Т. Теория литературы. М., 2003. — С.7.

<sup>3</sup> Потебня А.А. Мысль и язык. М.: Лабиринт, 1999. — С.223.

соответствии с задачей и целью своего творчества»<sup>4</sup>. По своей структуре медийный образ представляет собой сочетание образа-факта, образа-модели и образа-постулата. Он содержит в себе описание эпизодов, характеров и деталей, в которых «явление представляется в предельном своем выражении и которые несут символическое значение»<sup>5</sup>. Образ в СМИ устойчив, сложен и многогранен, его составляющие взаимосвязаны, художественные формулы, лежащие в его основе, сосредотачивают в себе смысл определённой ситуации или явления, замещающие понятие или суждение. Медиаобраз является искусственно созданным в масс-медиа суммарным представлением о факте (человеке, предмете, ситуации или явлении). СМИ отображают отдельные черты того или иного факта с учётом предположительных ожиданий социума, формируя тем самым в общественном сознании необходимую данным масс-медиа целостную картину мира.

Образ власти тесно связан со СМИ, поскольку оба этих явления зависят друг от друга. Реальные социально-политические условия выражаются посредством образа власти, что говорит о его объективности как политико-властного конструкта. Образ власти в СМИ формируется с помощью методов политической и государственной идеологии, пропаганды, манипуляции, пиара и рекламы. Обоснование определённых идеологических, политических, государственных и национальных идей и ценностей также способствует конструированию образа власти, т.к. общество предпочитает определённым образом оценивать различные социальные явления, следовать устоявшимся правилам и нормам, в связи с чем Т.М. Зуева и Е.М. Шкилева отмечают, что образ власти конструируется целенаправленно: «по своей природе образ власти дискурсивен, то есть является связным, в той или иной степени обоснованным языковым (общественное мнение, оценочные суждения и даже

---

<sup>4</sup> Тушмалишвили А.Г. Художественно-документальный образ в советской экранной публицистике: Дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. – М., 1976. – С.42.

<sup>5</sup> Стюфляева М.И. Образные ресурсы публицистики. М.: Мысль, 1982. – С.101.

политические анекдоты) выражением социально-политических чувств, мыслей и ценностей, а по происхождению выступает произвольным продуктом эпохи и произвольным (осмысленным и целенаправленным) результатом идеологического воздействия на массовое сознание»<sup>6</sup>. Образ власти представляет собой конкретное творческое изображение власти как социокультурного явления, которое на страницах СМИ приобретает определенность посредством использования авторами-журналистами системы конкретно-чувственных форм (речевых и воображаемых), способствующих образованию индивидуального, национального, неповторимого характера власти. Образ власти показан в СМИ в своём жизненном процессе, с учётом его сложных и многомерных отношений с действительностью.

Вторая глава **«Специфика вербализации образа власти в газетной публицистике 1991-2008 гг»** состоит из трёх параграфов, в которых изучается лингвокультурная специфика тематических групп «выборы президента и политические реформы», «война» и «терроризм», анализируются характерные черты данных тематических групп.

Анализ медийных текстов позволяет выделить 3 тематические группы событий, формирующие образ власти в России 1991-2008 гг: «выборы президента и политические реформы», «терроризм», «война».

Анализ тематической группы «выборы президента и политические реформы», которая является важной частью образа власти в российских печатных СМИ, показал, что образ власти складывается посредством использования ценностных оппозиций *«стабильность – кризис»*, *«закон – анархия»*, *«жизнь – смерть»*, *«власть – оппозиция»*, *«мир – война»*, *«уважение культуры СССР – порицание культуры СССР»*, *«сильный лидер – слабый лидер»*, лексических единиц и словосочетаний *вертикаль власти, путч, лидер, традиции, культура, коммунизм, демократия*, а также антропонимов, топонимов и наименований исторических событий *Б.Н. Ельцин, В.В. Путин*,

---

<sup>6</sup> Зуева Т.М., Шкилева Е.М. Механизмы формирования образа власти // Теория и практика общественного развития. Философские науки. 2013. №3. – С. 16.

Д.А. Медведев, Г.А. Зюганов, СССР, Вторая Мировая война, Великая Отечественная война. Для создания эмоционально окрашенного образа власти на страницах печатных СМИ впервые появляются устойчивые выражения из популярной рекламы, вульгаризмы.

Образ власти на страницах российских печатных СМИ в контексте тематической группы «война» выражен такими лексическими единицами и словосочетаниями, как *президент, межнациональный конфликт, терроризм, геноцид, политический криз, героизм, справедливость, спасение, порядок, урегулирование конфликта, силовое урегулирование, помощь, танки, миротворцы*. Антропонимы, топонимы и наименования организаций, как *Россия, Москва, Кремль, президент, Б.Н. Ельцин, В.В. Путин, Д.А. Медведев, А.И. Лебедь, Чечня, Ичкерия, Абхазия, Южная Осетия, США, НАТО, Украина, Грузия*, встречающиеся в контексте тематической группы «война», также формируют лингвокультурную специфику образа российской власти 1991-2008 гг. Система ценностей, лежащая в основе формирования образа власти, представлена в виде аксиологической дихотомии «*сила – слабость*», «*победитель – проигравший*», «*уверенность – неуверенность*», «*компетентность – некомпетентность*» и реализуется на страницах газет в соответствии с их идеологической направленностью.

Тематическая группа «терроризм» актуализирует образ власти с помощью таких лексических единиц и словосочетаний, как *рейтинг, президент, силовики, правоохранительные органы, халатность, некомпетентность, непрофессионализм, слабость, бездействие, коррупция, виновность, признание вины, боевики, захват заложников, освобождение заложников, штурм, больница, школа, театральный центр*. Лингвокультурную специфику образа российской власти конца XX – начала XXI вв. формируют такие топонимы, антропонимы, наименования организаций, как *Б.Н. Ельцин, В.В. Путин, А.С. Аушев, Э. Кокойты, В.С. Черномырдин, Москва, Буденновск, Беслан, Дубровка, Норд-ост, Чечня, Альфа*. Ценностные оппозиции «*сила – слабость*», «*компетентность –*



*некомпетентность*», *«героизм – беспомощность»* являются ключевыми в процессе вербализации образа власти в контексте тематической группы «терроризм».

Третья глава **«Лингвокультурологический анализ лексических единиц, актуализирующих образ власти»** состоит из трёх параграфов, в которых рассматривается лексика в зависимости от сферы её употребления и степени её употребительности в контексте создания образа власти, анализируются особенности использования художественных средств выразительности в процессе создания образа власти, изучаются функции речевой характеристики власти фразеологизмов и разговорно-просторечных слов.

В работе выделены 11 лингвокультурных универсалий, встречающихся в процессе создания образа власти, а именно, **природа** («безусловно, понимает, что в качестве политического *плода он уже перезрел*» (Московский комсомолец 1996 №123)), **театр и цирк** («По закону, пусть даже несколько запутанному, все губернаторы должны *сойти со сцены*» (Аргументы и факты 2004 №37(1246)), **медицина** («*иммунитета* противозаконию не оказалось у правительства» (Правда 1993 №184)), **спорт** («уже замерли *в низком старте* полтора десятка кандидатов» (Московский комсомолец 1993 №182)), **литература** («Наш *Вергилий* в грозненском аду – молоденький лейтенант Алексей из разведки 131-й бригады» (Завтра 2000 №12)), **советское прошлое** («коммунисты выставили по Москве не менее двух *«бойцов невидимого фронта»* на каждый участок» (Московский Комсомолец 1996 №124)), **историческое прошлое** («каким образом этот человек оказался вторым в официальной *табели о рангах*» (Известия 1993 №182)), **военный бой** («Политическое уничтожение Зюганова производилось не только *огнём* слов, но и *картечью* цифр» (Завтра 2000 №13)), **современные реалии** («во втором туре мы увидим вовсе не борьбу *«нанайских мальчиков»*, а тяжелейшую битву за судьбу страны» (Московский комсомолец 1996 №110)), **религия** («...*благословление* Зорькина – все это обуславливает ситуацию»

(Независимая газета 1993 №179)), **мистика** («В образовавшиеся ниши хлынула экстремистская *нечисть*: министр юстиции и генпрокурор отчитались о предотвращении экстремистской угрозы» (Коммерсант 24.10.2002)), **наука** («Именно поэтому в *броуновском движении* спецслужб во время штурма школы в Беслане не погибли только те дети, на которых не хватило пуль» (Аргументы и факты 2004 №36)). Данные универсалии имеют прочную связь с культурным кодом российского читателя конца XX - начала XXI вв. Обращение к этим универсалиям позволяет журналистам актуализировать образ власти, с помощью элементов национальной лингвокультуры, сделать его запоминающимся, ярким и понятным реципиентам.

Адекватным отражением социокультурной парадигмы проанализированной лексики выступают художественные средства выразительности, которые позволяют создавать эмоционально окрашенный образ власти в печатных СМИ. Исследование показало, что такие средства языка, как **метафоры** («Путин получил уже не одну *«черную метку»*» (Независимая газета 28.10.2002)), **сравнения** («Медведев и Путин шли по имперской брусчатке, как *Ромул и Рем*» (Завтра март 2008 №10 (746)), **каламбуры** («*Не НАТО печалится*: Путин дал добро на расширение альянса» (Коммерсант 04.03.2000)) и **фразеологизмы** («Наши власти просто *плывут по течению*» (Новая газета 29.10.2002)) используются в контексте создания образа власти чаще, чем другие. На наш взгляд, это связано с универсальностью данных средств выразительности, позволяющей использовать их как в художественных, так и в публицистических текстах.

Образ власти в российской прессе 1991-2008 гг. создается с помощью характерной для данного исторического периода лексики, среди которой важное место занимают жаргонизмы (уголовный жаргон, политический жаргон, молодёжный жаргон), архаизмы и религиозная лексика, советизмы, иноязычная лексика, просторечия и разговорные лексические единицы. Данная лексика показывает не только изменившийся языковой вкус эпохи,

благодаря которому в языке СМИ прочно закрепляется сниженная лексика и лексика религиозной тематики, что связано с социальными процессами и возрастанием роли церкви в жизни общества в конце 1980-х - начале 1990-х годов, но также указывает на изменения в быте и мировоззрении реципиентов, которые способствуют появлению в печатной публицистике иноязычных лексических единиц, обозначающих или описывающих новые реалии жизни, историзмов, необходимость использования которой объясняется возвращением ряда социокультурных явлений.

Лексические средства выразительности делают образ власти эмоционально окрашенным, человеческим, близки/далёким от культуры российского общества, эффектным, современным, не лишённым агитационных черт, часто резким и однозначным, способствуют популяризации данного образа.

Всего в ходе исследования было проанализировано 500 текстов статей из 153 номеров газет.

**В Заключении** подводятся итоги проведённого исследования и намечаются его перспективы.

**Основное содержание диссертации отражено в следующих научных публикациях:**

**Статьи, опубликованные в изданиях, индексируемых международной базой данных Web of Science:**

1. *Лонская А.Ю., Стрельчук Е.Н.* Формирование и трансформация концепта «Россия» в картине мира современных американских студентов // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. – Т.7., №4. – С. 741-754.
2. *Lonskaia A., Shaklein V.* Metaphorical images of government in Russian media texts // The European proceedings of social and behavioral science. Grozny, 2020. p. 2115-2120.

**Статьи, опубликованные в изданиях, рекомендованных ВАК  
Минобрнауки РФ:**

3. Лонская А.Ю. Образ власти в языке российских печатных СМИ // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2017. Т.15. с. 113 – 125.
4. Лонская А.Ю. Просторечия и разговорная лексика как средство формирования образа власти в российских печатных СМИ конца XX века // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2020. №12. С.36-40.

**Статьи, опубликованные в других изданиях:**

5. Лонская А.Ю. Образ «врага» в языке советских СМИ 30-х гг. XX века // Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания: материалы XIII Студенческой научно-практической конференции. М.: РУДН, 2016. с. 53 – 58. (РИНЦ)
6. Лонская А.Ю. Использование жаргонизмов в газетных текстах (на материале текстов политических статей 1990-х гг.) // III Международная научно-практическая конференция «Основные проблемы гуманитарных наук», Волгоград, 2016. С. 65-68. (РИНЦ)
7. Лонская А.Ю., Шаклеин В.М. Язык газетной публицистики 1960-1970-х годов, посвящённой «Культурной революции» в Китае: лингвокультурологический словарь// В сборнике: Всероссийский форум русского языка, посвященный наследию академика И.И. Срезневского Сборник материалов. Рязань, 2016. С. 99-100. (РИНЦ)
8. Лонская А.Ю. Концепт «Образ власти» в современной русской культуре: лингвокультурологический аспект //Концепции устойчивого развития науки в современных условиях. Часть 4. Сборник статей по итогам

Международной научно-практической конференции. Стерлитамак, 2017. С. 177-181. **(РИНЦ)**

9. *Лонская А.Ю.* Концепт «выборы» на страницах российских печатных СМИ // Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания: традиция и инновация: сборник статей XVII научно-практической конференции молодых ученых с международным участием. М. РУДН, 2018. с. 115 – 122. **(РИНЦ)**

10. *Lonskaia A., Shaklein V.* Analysis of the cultural thematic fields «Vietnamese people» and «enemy» in the soviet print media in describing of the war in Vietnam // The conference reports 13th International Scientific and Practical Conference «Science and Society» 23-28 February 2018. London, 2018. P. 156 – 159. **(зарубежное издание)**

11. *Лонская А.Ю.* Причины крылатизации высказываний из скетч-шоу «Наша Russia»: лингвокультурологический аспект // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей II Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29-30 марта 2018 г.: в 2 т./ под общ. Ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. - Москва: РУДН, 2018. Т. 2. С.46-52. **(РИНЦ)**

12. *Лонская А.Ю.* Язык российских печатных СМИ 2000-х гг.: лингвокультурологический аспект // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Сборник материалов международной научно-практической конференции. М.: МедиаМир; Факультет Журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2018. С.204-205. **(РИНЦ)**

**Лонская Анна Юрьевна (Россия)**

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ВЛАСТИ В  
ЯЗЫКЕ РОССИЙСКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ (1991-2008)**

Темой настоящего исследования является лингвокультурологическое описание особенностей лексических средств создания образа власти в языке российских печатных СМИ 1991-2008 гг. Возможность изучения лексических средств выразительности языка газеты в аспекте лингвокультурологии позволяет выделить важнейшие тематические группы, аксиологические оппозиции и лексические единицы, актуализирующие образ власти в печатных СМИ в обозначенный временной период.

Описанные с позиций лингвокультурологии и политической культуры России лексические единицы позволили определить и систематизировать основные лексические средства выразительности, наиболее часто используемые в процессе создания образа российской власти.

Практическая ценность диссертационного исследования состоит в возможности использования его результатов при подготовке курсов по лингвистике, лингвокультурологии, политической лингвистике, журналистике, а также при создании практических пособий для подготовки специалистов филологического профиля (лингвистов, журналистов, культурологов).

**Anna Y. Lonskaia (Russia)**

**CHARACTERISTICS OF LEXICAL ITEMS USED TO CREATE AN  
IMAGE OF POWER IN THE LANGUAGE OF RUSSIAN PRINTED MASS  
MEDIA FROM 1991-2008.**

This study presents a linguoculturological description of characteristics of lexical items used to create an image of power in the language of Russian printed mass media from 1991-2008. The opportunity to study lexical items of expressiveness in the language of the newspaper from a linguocultural perspective makes it possible to highlight important thematic groups and lexical units that actualize the image of power in written mass media during the noted time period.

The lexical units, which are described from the position of linguoculturology and Russian political culture, have made it possible to define and systematize the fundamental lexical items of expressiveness that are most often used when creating the image of Russian power.

The practical value of the dissertation lies in the possibility to use the given work's results when preparing courses in linguistics, linguoculturology, political linguistics, journalism, and also to create practical tools for preparing filological specialists (linguists, journalists, culturologists).