

На правах рукописи

Соломатов Станислав Иванович

**Ключевые слова в журналистском портрете
политика и предпринимателя**

Специальность 10.02.01 — Русский язык

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург
2005

Работа выполнена в государственном образовательном учреждении
высшего профессионального образования
«Уральский государственный университет им. А.М.Горького»

Научный руководитель: доктор филологических
наук, профессор **Л.М.Майданова**

Официальные оппоненты: доктор филологических наук,
доцент **И.Т.Вепрева**
кандидат филологических наук,
доцент **А.Б.Ряпосова**

Ведущая организация: Уральский государственный
педагогический университет

Защита состоится ___ июня 2005 года в ___ часов на заседании
диссертационного совета Д 212. 286. 03 по защите диссертаций на
соискание ученой степени доктора филологических наук при
Уральском государственном университете им. А.М.Горького
(620083, г.Екатеринбург, К-83, пр.Ленина, 51, комн. 248).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке
Уральского государственного университета им.А.М.Горького.

Автореферат разослан «___» _____ 2005 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор филологических наук,
профессор

М.А.Литовская

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Кардинальные исторические перемены, происходящие в России с конца XX века, привели к тому, что общество вынуждено заново вырабатывать нормы морали, представления о социальных ценностях, профессиональные нормы. В рамках этих процессов осуществляется и так называемая типизация – выработка представлений о социальных типах личности. Эту работу общественного сознания во многом обеспечивают средства массовой информации, отражающие в своих выступлениях различные социальные ситуации, действия лиц в разных сферах общественной жизни, актуальные проблемы развития общества и государства. Политика и экономика – это области, которые оказывают решающее воздействие на жизнь страны. Поэтому формирование представления о социальных ролях политика и предпринимателя, которое отражало бы их функции в общественной жизни, является важной задачей работы общественного сознания. В ее решении участвуют и СМИ, тем более что одной из их функций является присвоение статуса, то есть выявление значимости действующих политиков, бизнесменов, военных, ученых в текущих социальных процессах. СМИ поставляют членам общества информацию, которая может быть использована для типизации. Одной из форм публикаций СМИ, которые служат этой цели, является журналистский политический портрет – **объект исследования** в данной работе.

Материалом исследования послужили 300 журналистских портретов политиков и бизнесменов, извлеченные методом случайной выборки из качественной и массовой прессы за 1996—2003 годы. Это период относительной стабильности российской элиты, когда профессиональная карьера этих лиц более или менее определилась, а правила игры не претерпевали резких изменений, что возможно сейчас в связи с намечающимися переменами в формировании исполнительной власти, в

организации выборов законодательных органов, в деятельности партийных структур.

Методика исследования материала построена на выделении и семантическом анализе ключевых слов, то есть единиц, передающих суть авторской концепции, в нашем случае оценку героя изложения и обоснование этой оценки. Таким образом, **предмет анализа** – ключевые слова портретных публикаций. Он обуславливает комплекс исследовательских приемов: смысловой анализ текстов, контекстуальный анализ семантики слов, элементы когнитивного анализа.

Актуальность исследования определяется его объектом и предметом. Журналистский портрет политика и бизнесмена как источник информации для процесса типизации – такая постановка вопроса позволяет обратиться к анализу журналистской практики, очень важной для активизации аналитической деятельности общественного сознания, осмысляющего новую российскую реальность. Ключевые слова дают возможность выяснить, какие качества личности общество может принять как позитивные для формирования типовых представлений о социальных ролях политика и бизнесмена.

Цель работы – выявление набора и особенностей функционирования ключевых слов в журналистских портретах политиков и бизнесменов и интерпретация этого материала в плане выяснения того, как эти публикации СМИ участвуют в формировании представлений общества о данных социальных типах.

Для достижения указанной цели в работе решаются следующие **задачи**:
1) Выявить типы портретных текстов по признаку общей оценки героя; 2) Определить особенности функционирования ключевых слов в текстах с разными общеоценочными характеристиками героев; 3) Описать контекстуальные преобразования семантики лексических единиц, занимающих позиции ключевых слов в анализируемых текстах; 4) Проследить, как набор ключевых слов позволяет очертить позитивный образ

героя (политика или бизнесмена) и противопоставить его негативным стереотипам этих ролей, бытующим в общественном сознании.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Журналистские портреты политиков и бизнесменов, публикуемые в качественной и массовой прессе, по общеоценочным характеристикам героя делятся на следующие группы: тексты с устойчивой положительной оценкой; тексты с неустойчивой положительной оценкой (оценка с оговоркой); тексты с противоречивой оценкой; тексты с отрицательной оценкой; объективистские тексты.

2. Эффективным методом исследования журналистских портретов политиков и бизнесменов являются ключевые слова.

3. Функционирование ключевых слов связано с оценочными типами портретных текстов.

4. Массив ключевых слов в портретах с устойчивой положительной оценкой героя манифестирует те признаки личности, которые могут быть осмыслены общественным сознанием как приемлемые для типового представления о социальных ролях политика и бизнесмена.

5. Портреты с тем или иным типом неустойчивой оценки выявляют разные виды совмещения противоречивых признаков, причем сами противопоставления в ряде случаев оказываются также типичными и даже укладывающимися в своеобразные сюжеты («Второй», «Скандал»).

6. Отрицательно-оценочные портреты близки по содержанию к негативным стереотипам массового сознания, их ключевые слова воплощают типичные оценки, которыми субъекты политики наделяются в стереотипах (коррупция, разрушение государства).

7. Объективистские тексты появляются лишь тогда, когда автор преследует особые творческие задачи, и в глазах читателя не ставят политика вне оценки: материал публикации адресат ставит в широкий контекст журналистского дискурса.

8. Участвуя в формировании оценочной стороны портретного текста, ключевые слова сами подвергаются различным семантическим преобразованиям, восстанавливая, приобретая или изменяя свои оценочные коннотации.

Теоретическая значимость исследования определяется тем, что его результаты затрагивают разные области знания. Они позволяют продемонстрировать некоторые функции журналистики (присвоение статуса, влияние на процесс типизации). Они связаны с теорией текста, так как показывают один из методов его анализа – ключевые слова. Результаты исследования соотносятся с социолингвистической и лингвокультурологической проблематикой, так как выявляют концепты, актуальные для текущего момента в связи с процессами типизации – выработки представлений о социальных типах личности, складывающихся в новых исторических условиях. В лингвистическом плане прослеживаются контекстуальные изменения лексических единиц, которые на позиции ключевых слов реагируют на самые острые социальные проблемы (таковы, например, ключевые слова **власть, бизнес, демократия, патриотизм**).

Научная новизна исследования обусловлена материалом, а также аспектом и методикой его анализа. Такой массив газетных портретных публикаций с помощью ключевых слов и в связи с процессами типизации анализируется впервые.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы в курсе практической стилистики и в специальных лингвистических курсах на факультетах журналистики.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения исследования изложены автором на научно-практической конференции «Журналистика сегодня: достижения, проблемы, перспективы» (Екатеринбург, 1999), на международной конференции «Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия» (Екатеринбург, 2001), на всероссийской научно-практической конференции

«XXI век начинается: Актуальные вопросы журналистики» (Екатеринбург, 2002). Диссертация дважды обсуждалась на заседаниях кафедры русского языка и стилистики факультета журналистики Уральского государственного университета.

СТРУКТУРА И ОБЪЕМ РАБОТЫ

Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы. Содержание изложено на 268 страницах. Список литературы включает 258 названий.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснованы выбор темы исследования, ее актуальность и научная новизна, теоретическая и практическая значимость, формируются цель и задачи работы, указывается методика изучения материала и комплекс исследовательских приемов, определяются положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Жанр политического портрета и ключевое слово как инструмент его анализа» рассмотрены типы политического портрета, обосновывается классификация текстов в работе, раскрывается понятие ключевого слова и его роль в анализе журналистских портретов политиков и бизнесменов.

В разделе 1.1. «СМИ и процесс типизации» показано, что в современном российском обществе, переживающем разрыв с традицией и распад социальных норм (А.С.Панарин, Ж.Т.Тощенко, В.Г.Федотова, Р.М.Фрумкина), делается попытка выработать новые представления о различных социальных ролях. Этот процесс назван типизацией (В.Г.Федотова), по данным текстов СМИ и по результатам психолингвистических экспериментов описываются и сами социальные типы, складывающиеся в общественном сознании (Г.М.Андреева, В.И.Карасик, Е.В.Харченко, Э.В.Чепкина и др.). Активное

участие в процессе типизации принимают СМИ, поставляющие обществу сведения о политиках, бизнесменах, ученых, артистах и позволяющие общественному сознанию выработать мнение как об отдельной личности, так и в целом о социальной роли, которую она исполняет.

Поскольку рассматриваются портреты политиков и предпринимателей, в работе дается краткая характеристика того, как российское общество воспринимает сегодня властные структуры, какая функция СМИ в первую очередь обеспечивает ее обращение к деятельности этих структур. В целом ряде работ фиксируются негативные стереотипы власти и бизнеса в общественном сознании россиян, и не только в наши дни (И.М.Дзялошинский, Д.И.Дубровский, В.В.Знаков, А.С.Панарин, И.Н.Панарин, З.Б.Скипская, Г.А.Скипский, Ю.С.Степанов и др.). В этих условиях СМИ могут и подыгрывать стереотипам, и спорить с ними. Качественная пресса на поводу у стереотипов не идет и достаточно разумно осуществляет функцию, которую в западных теориях журналистики называют «присвоением статуса» (D.Dayan, E.Katz) или «распределением символической власти»(H.J.Gans). Она заключается в том, что СМИ дают обществу представление о месте и весе политика или бизнесмена в социальных процессах, о личностных качествах властвующего лица. В совокупности такие публикации поставляют материал и для процесса типизации, так как позволяют осознавать, какие качества личности можно принять или отвергнуть при формировании типовых социальных ролей. В связи со сказанным анализируемые в диссертации тексты отграничиваются от пиаровских текстов, для чего рассматриваются особенности пиаровского имиджа (Р.Барт, Б.А.Борисов, И.Л.Викентьев, С.Е.Корчемкин, И.Н.Панарин, Г.Г.Почепцов, Р.Харрис, П.Шампань, J.Blyskal, K.Fitzpatrick, С.Hausman, F.Seib). Таким образом, вычленен **объект** анализа – журналистский портрет политика и предпринимателя.

Раздел 1.2. «Типы политического портрета» характеризует место анализируемых текстов среди разных форм политического портрета. Используется классификация текстов этого жанра, данная Т.М.Рысковой,

которая выделила политико-идеологический, политико-психологический, исторический портреты и политическую биографию. В нашем материале отмечены два политико-психологических портрета. Все остальные относятся к группе политико-идеологических, дающих информацию о жизни, карьере, личности героя в соотнесении его с целями, идеями, надеждами, которыми живет общество. В разделе рассматриваются возможности анализа таких текстов. Отечественные и зарубежные теоретики журналистики описывают стандарт журналистского портрета, отмечая, что автор обязан представить героя в ситуациях, выявляющих его характер, сделать героя понятным и близким читателю (А.А.Тертычный, В.Д.Итуле, R.S.Izard, G.Lanson, E.J.Friedlander). На практике, однако, отмечается сухость и схематичность современного портретного письма (А.А.Тертычный). Поэтому невозможно прийти к характеристике «собирающего героя эпохи» (типа) через анализ нарисованных журналистом ситуаций, конфликтов, высказанных героем идей, поскольку очень часто ничего такого в публикациях не изображается, а даются лишь краткие биографические сведения, перечисляются места работы, и все это сопровождается сдержанным авторским комментарием. Зато в таких комментариях содержатся единицы, заключающие в себе суть авторской концепции, т.е. ключевые слова. Вычленив их из совокупности текстов, мы можем понять, какие качества личности предлагают обществу принять или отвергнуть как составляющие социального типа. Таким образом, определен **предмет** исследования – ключевые слова журналистских портретов политиков и бизнесменов, способные дать представление о социальном поиске позитивных личностных стандартов.

В разделе 1.3. «Ключевые слова» рассматривается понятие «ключевое слово», описывается его роль в различных концепциях, отражающих функционирование языка. Слово **ключ** или сочетание **ключевое слово** используются для фиксации особой функции слова – быть знаком, орудием доступа в некую смысловую область (текстовую, ментальную), чтобы освоить эту область с различными целями (Е.С.Кубрякова, Н.В.Рафикова). Эта

функция наглядно представлена в автоматизированных системах поиска информации (О.П.Жданова, Ю.Н.Караулов, Ю.В.Рождественский, Л.Н.Федотова). Понятие «ключа» постоянно используется в описании методик воздействия на психику человека как в индивидуальном общении, так и в массовых информационных процессах (Т.М.Бережная, Дж.О'Коннор, А.Д.Пароятникова, А.Пиз и др.).

Ключевые слова рассматриваются и как индикаторы каких-то свойств общественного сознания. Такова концепция «ключевых слов текущего момента» (Т.В.Шмелева), «социально релевантные слова» (А.П.Бабушкин), а также ключевые слова политических кампаний, идеологий (С.Г.Кара-Мурза, А.К.Михальская, А.Нойберт и др.). Понятие «ключевое слово» используется в концепциях, характеризующих национальный менталитет (А.Вежбицкая, А.К.Михальская, Ю.С.Степанов, А.Д.Шмелев). Сюда же примыкают концепции ключевых метафор (А.Н.Баранов, Х.Вайнрих, Дж.Лакофф, Ю.Б.Феденева, А.П.Чудинов).

Особую важность для работы представляют исследования, посвященные ключевым словам в тексте. Здесь выделяются две основные идеи. Во-первых, ключевые слова рассматриваются как смысловые вехи текста, обеспечивающие его цельность (В.А.Балдова, Н.С.Валгина, И.А.Зимняя, Ю.Н.Караулов, Г.В.Колшанский, В.П.Леонов, А.И.Новиков, И.Г.Овчинникова, Н.В.Рафикова, Л.В.Сахарный, З.И.Хованская, А.С.Штерн). Во-вторых, ключевое слово, особенно в художественном тексте, понимается как слово «мотивное», повторяющееся, сквозное для произведения или творчества писателя и воплощающее его любимую идею, замысел (А.К.Жолковский, М.Л.Корытная, Н.А.Купина, Л.Нирё, А.С.Штерн). Таким образом, предмет анализа в данной работе – ключевые слова в портретах политиков и бизнесменов – многоаспектен. Ключевые слова могут рассматриваться как показатели определенных процессов в общественном сознании (выработка типов «политик», «предприниматель»; принятие/непринятие статуса личности; формирование представлений о ряде социальных ценностей).

Вместе с тем ключевые слова анализируемых текстов – это проявления жизни именно **слов** (динамика их значения, взаимодействие с контекстом). Поэтому необходимо подробнее рассмотреть методику анализа этих единиц.

В разделе 1.4. «Методика анализа материала: теоретические основы» рассматриваются лингвистические аспекты такой единицы текста, как ключевое слово. Текст политического портрета по психолингвистическим характеристикам может быть рассмотрен как незримо-фактологический оценочный, т.е. такой, информация которого не может быть чувственно верифицированной, но может быть воспринята как основание оценки, выносимой предмету речи (Т.М.Дридзе). В результате анализа смысловой структуры текстов было установлено, что они распадаются на три далеко не равные по объему группы. Самая большая из них – это тексты, в которых хоть в какой-то мере высказывается положительная оценка героя. По месту, которое занимает позитивная оценка в таких текстах, они в свою очередь подразделяются на три подвида: с устойчивой положительной, неустойчивой положительной и неясной оценкой. Остальные, небольшие по объему группы – это тексты с отрицательной оценкой героя и тексты объективистские, подчиненные формулам «я только исследую» или «я только фиксирую».

Основания оценки или объекты фиксации и обозначены в наших текстах ключевыми словами, выражающими ядро авторской концепции. В литературе неоднократно отмечалось, что ключевое слово называет, в разных формулировках, «ключевой денотат», «ключевое понятие», «ключевой смысл» (А.К.Жолковский, Л.В.Сахарный, А.С.Штерн), причем один ключевой смысл может обозначаться единицами, находящимися друг с другом в отношениях «условной эквивалентности» (Л.В.Сахарный), т.е. однокоренными, синонимичными, тематически близкими словами. В контексте политического портрета ключевое слово переживает те же процессы, что и в художественном тексте: его значение преобразуется, переживает какие-то семантические сдвиги (Л.И.Донецких, Т.И.Краснова, Ю.М.Лотман, Т.М.Николаева, Л.Нирё, А.И.Новиков, И.А.Стернин, Л.В.Щерба и др.). Преобразованию подвергаются

как денотативный, так и коннотативный компоненты значения (Р.Барт, И.М.Кобозева, Г.К.Косиков, Т.И.Краснова, Э.В.Кузнецова, Т.В.Матвеева, В.Н.Телия, В.К.Харченко и др.). В связи с разной природой денотата в работе затронут вопрос о типах концептов (А.П.Бабушкин, Н.Н.Болдырев, О.А.Каменская, В.И.Карасик, Ю.Н.Караулов, Е.С.Кубрякова, Т.Ю.Сазонова, Р.М.Фрумкина и др.). Таким образом, ключевые слова подвергаются в работе контекстуальному семантическому анализу, при этом выявляется, как актуализируется их значение и как разрабатываются в совокупности текстов ключевые смыслы, обозначенные данными словами.

В разделе 1.5. «Методика анализа материала: практические приемы» показаны образцы описания ключевых слов на материале текстов, выражающих положительную оценку героя, социальное положение которого ассоциируется в обществе с позитивной оценкой. Автору не приходится бороться с негативными стереотипами, он просто детализирует положительную оценку, подтверждая ее. Ключевые слова по способу их подачи оказываются эксплицитно и имплицитно интерпретируемыми. Например, в очерке «Два главных. Егор Яковлев: юбилейное. Артем Боровик: прощальное» (Независимая газета.2000.16 марта) автор В.Третьяков делает эксплицитную интерпретацию ключевого слова **главный редактор** сквозным приемом текста. Весь пафос изложения заключается в исследовании, что же такое главный редактор. Признак за признаком выстраивается ключевой концепт (*Заряженность на конкуренцию, амбициозность, страсть к лидерству – безусловно необходимые качества главного редактора, который хочет добиться успеха для своего издания, а следовательно, и для себя*). Если ключевое слово **главный редактор** рассмотреть как единицу первого порядка («Герои – настоящие главные редакторы», отсюда и заголовок), то единицы **амбиции, лидер, диктатор** – ключевые слова второго порядка, призванные раскрыть содержание главного ключевого слова. Каждое из них в тексте также специально исследуется.

Имплицитная интерпретация подсказывается текстом, но не формулируется автором. Так, в портретной публикации А.Сорокиной «Нобелевский лауреат из страны оптимистов» (Независимая газета.2000.27 июня) ключевое слово, как и в предыдущем случае, вынесено в заголовок. Главная мысль текста проста: «Жорес Алферов – долгожданный нобелевский лауреат». В тексте и показывается, кто же он такой, нобелевский лауреат. Однако читатель сам должен вычитывать ответ на этот вопрос, т.е. автор не дает формулировки типа «Нобелевский лауреат должен быть таким-то». Читатель самостоятельно формирует это определение из ключевых слов **первый, оптимист.**

Как показывает материал, анализу подвергается главным образом тот элемент значения, который М.В.Никитиным назван «слабым, или свободным импликационалом», т.е. периферия лексического значения (Л.М.Васильев, Т.И.Краснова). Амбициозность, диктаторство, дилетантизм – эти признаки не входят в число обязательных в значении слова **редактор**, они не входят даже в сильный импликационал значения. То же самое в ключевых словах второго плана. Например, в значении слова **амбиции** появляется признак «оправданные интересами руководимого издания», связанный с интенционалом причинной связью. Выражаются нужные признаки либо специальными авторскими формулировками, либо за счет аккумуляции смыслов (Л.Нирё), т.е. за счет взаимодействия лексических значений в контексте, который читатель должен интерпретировать (М.В.Никитин). Анализ текста в работе, таким образом, осуществляется за счет вычленения и интерпретации нужных фрагментов (А.П.Белик, Е.В.Дзюба, Л.В.Енина, О.П.Ермакова, Н.А.Купина и др.).

В дальнейшем анализируются тексты, в которых автор вынужден тем или иным образом реагировать на бытующие в обществе негативные стереотипы социальных ролей, а также и конкретных политиков и бизнесменов.

Во второй главе «Ключевые слова в портретных текстах с разной оценкой» рассматривается функционирование ключевых слов в текстах,

различающихся общеоценочными характеристиками (учитываются работы по общей и частной оценке: Н.Д.Арутюнова, Е.М.Вольф, Т.Б.Крючкова, Т.В.Матвеева, В.Н.Телия).

Раздел 2.1. «Ключевые слова в текстах с устойчивой аргументированной положительной оценкой героя» объединяет тексты, концепция которых строится по формуле: «Герой оценивается положительно, потому что...». Основания такой оценки и обозначаются ключевыми словами. Преодолевая негативные стереотипы, связанные в общественном сознании с властью и бизнесом, средства массовой информации формируют и ассоциируют с этими областями ряд положительных представлений. На первом месте в этом ряду стоит профессионализм. Данный смысл передается в текстах по-разному. Активно функционируют в портретных текстах ключевые слова **профессионализм, профессионал, профессиональный** (гиперлексема, по терминологии Л.В.Сахарного). Они указывают на однозначно положительную оценку героя и одновременно на аргументацию этой оценки: «хороший, потому что профессионал». Тем или иным способом положительная оценка может конкретизироваться и подчеркиваться. Этому служат, например, определения, фиксирующие степень признака («высокий профессионал», «вопиющий профессионализм»). Сочетаемость в ряду однородных членов также может указывать на качество профессионализма: «профессионализм и наличие интеллекта». Помимо конкретизации оценочности, в тексте может конкретизироваться и содержание ключевого слова. Это осуществляется двумя способами. Во-первых, автор прямо формулирует смысл, который он вкладывает в данное слово в данном контексте. О Сергее Иванове: *Он является высоким профессионалом в деле политической аналитики и прогностики.* Далее понятия аналитики и прогностики раскрываются и иллюстрируются (Камша В., Земляной С. В «черном ящике» // Независимая газета.2000.30 нояб.). Во-вторых, содержание публикации может выстраиваться так, что все оно без специальных формулировок конкретизирует смысл ключевого слова. В публикации

Н.Дмитриева «Минздрав идет на прорыв» профессионализм министра здравоохранения Юрия Шевченко раскрывается в противопоставлении прежнего, старого, устаревшего, что было до его прихода, новому, впервые достигнутому в результате его деятельности (Комс. правда.2000.17 июня). Смысл «профессионализм» может быть имплицитным. В этом случае называется профессия героя и показывается, что он большой специалист в этой области, т.е. профессионал, хотя само это слово в тексте отсутствует. Например, в публикациях о Дмитрие Козаке постоянно сообщается, что он **хороший юрист, суперюрист**, и это должно доказывать, что он хорош и на должности руководителя аппарата правительства в ранге министра. В той же роли выступает «одиозное» слово **чекист** в публикации В.Коновалова «Воронежская область. Губернатор Кулаков» (Известия.2001.9 авг.). Поскольку опыт работы в экономической разведке и контрразведке дал неплохие результаты в деятельности губернатора (прекратились задержки зарплат, остановлено взвинчивание цен на бензин), слово **чекист** восстанавливает свою положительную оценочность и позволяет говорить о профессионализме героя, на каком бы посту он ни оказался. Смысл «профессионализм» в ряде публикаций передается ключевым словом **мастер**, причем оно ассоциируется с признаком «порядочность».

В качестве основания положительной оценки часто приводится такое качество личности, как прагматизм. Ключевые слова **прагматизм, прагматик, прагматичный** полностью освободились от отрицательных оценочных коннотаций прошлого («забота о корыстных интересах»). Сегодня герой-прагматик характеризуется как человек, который заботится о деле, а не о политических лозунгах, ср.: *Он не крайне левый и не правый, он прагматик* (Максаков И. Выбор Кубани // Независимая газета.2001.8 февр. О губернаторе Краснодарского края Александре Ткачева).

Подробно и очень интересно разрабатываются смыслы «государственник» (сторонник сильного государства), «патриотизм», «бизнесмен» (не ворующий, а зарабатывающий свои деньги умением и трудом). Особо надо сказать о

словах **бюрократ, аппаратчик**, выступающих как обоснование позитивной оценки героя. Авторы таких текстов вынуждены спорить с негативными стереотипами, обсуждать их в тексте. При этом преобразуется и оценочность, и содержание ключевых слов. В публикациях об Анатолии Чубайсе говорится, что он *светило российской бюрократии, гений администрации, обладает редкостной административной хваткой* (Соколов М. Светило российской бюрократии // Коммерсантъ.1996.19 сент.), *один из сильнейших аппаратчиков в стране* (Платонов К. Старый Чубайс эпохи нового Ельцина // Коммерсантъ.1996.23 июля). Так выражается подчеркнутая положительная оценка. В содержательном плане у слов появляется новый смысловой элемент «умеющий делать свое дело, сильный организатор». Сквозной эпитет всех этих текстов – **жесткий**.

Тексты показывают, что общество переосмысливает суть таких признаков, как «прагматизм», «технократ», «националист», «свой человек», «бизнесмен». Содержание концептов приближено к российской реальности, признаки в определенной ситуации принимаются обществом и могут служить обоснованием положительной оценки героя. По-разному журналисты «борются» за позитивные коннотации ключевых слов. Это усиление положительной оценочности с помощью эпитетов, придание положительной оценки нейтральным словам (**команда, новое, самостоятельность**). Может преодолеваться негативная оценочность. По-видимому, проще всего преодолеваются отрицательные оценки, навязанные прежней идеологией (**социал-демократ, прагматизм, имперский, буржуа**). Избавившись от идеологических шор, общество просто в силу здравого смысла смогло понять, что в ряде ситуаций думать о выгоде полезно, а нормальной жизни можно добиться не только путем революций. Поэтому слова такого типа спокойно принимаются в качестве выразителей положительной оценки героя. Гораздо труднее преодолеть отрицательную оценочность слова в том случае, когда она поддерживается реалиями жизни и всем контекстом обсуждения острых социальных проблем. Таково слово **бюрократ**, отрицательная оценочность

которого сегодня только укрепляется. Неслучайно авторам приходится прибегать к сильным эпитетам, чтобы преодолеть сопротивление материала. Наконец, надо отметить такой процесс, как возвращение слову положительной оценки (**чекист, патриотизм, реформатор**). Тексты часто «помнят» их недавнюю отрицательную окраску, иронические контексты, в которые они включались. И различные оговорки помогают авторам восстанавливать положительную оценку этих единиц.

В целом СМИ показывают, что для типового образа политика и бизнесмена можно отобрать такие признаки, как профессионализм, умение видеть выгоду, видеть новое, забота о стране, решительность, самостоятельность, организаторские способности.

Раздел 2.2. «Ключевые слова в текстах, выносящих герою положительную оценку с оговоркой» объединяет тексты, построенные по формуле «это положительный герой, хотя...». И приходится нейтрализовать значение этой оговорки. Самым популярным признаком героя, обсуждаемым в этой группе текстов, является подчиненность: герой кому-то подчинен, но делает свое дело хорошо, поэтому его можно оценить положительно. Это несколько странная логика: не всем же быть первыми. Тем не менее сказывается, видимо, специфика той области деятельности, о которой идет речь, — политики. В политике вопросы власти стоят на первом месте и подчиненность кому-то воспринимается как неполнота власти, а следовательно, как нечто, требующее известной оговорки, оправдания. Этот признак включается в особый сюжет, который можно обозначить ключевым словом этих текстов «Второй» (другие обозначения – **идеальный зам, выдвиженец, назначенец**). У всех этих «вторых» выделяются признаки, обозначенные ключевыми словами второго порядка: **исполнительность, основательность, дисциплинированность, работоспособность, обстоятельность**. Высокая инстанция, выдвинувшая «второго», обозначается ключевым словом **покровитель**. Сам акт выдвижения выступает в сюжете как **удача, везенье, случай**. Таким образом, ключевые слова в текстах этой

подгруппы объединяются в сюжет, который наблюдательные журналисты даже назвали «универсальной формулой перспективного чиновника путинской России» (Камша В. Олигарх по должности // Независимая газета.2001.14 июня).

Есть в этой группе единицы, функционирующие вне такого сюжета. Все они введены в тексты так, что характер их оценочности остается неустойчивым. Например, в публикации Д.Мюллера «На страже смутного времени» (Независимая газета.2001.12 апр.) рассказывается о Владимире Рушайло, к моменту публикации назначенном на пост секретаря Совета безопасности. Ключевое слово этого текста **мент**. С одной стороны, разными средствами подчеркивается его позитивная оценка (*сейчас значение этого сленгового словечка приобрело мощную положительную окраску*). С другой стороны, слово включается в тематическую группу «криминал» (**братки, Семья**). А итог предсказал заголовок – это замечательный мент, стоящий на страже смутного времени (т.е. «хороший, но...»).

В текстах этой группы любая отрицательная деталь неминуемо делает оценку неустойчивой. Даже разговор об антикоррупционных мерах легко уходит в сторону негативных суждений, достаточно автору напомнить, как часто у нашей власти слова расходятся с делом. В целом положительная оценка героев таких текстов менее устойчива по отношению к негативным стереотипам власти и предпринимательства в общественном сознании. Отрицательные оценочные смыслы активизируют эти стереотипы: «преданность (покровителю)», «шаткость либеральных устремлений», «корпоративность» и т.п. оживляют представления о власти как силе, далекой от интересов народа, беспринципной, жестокой. В полной мере эти стереотипы не воспроизводятся в текстах, но колебания положительной оценки все-таки актуализируют их.

Раздел 2.3. «Ключевые слова в текстах с неясной оценкой героя» объединяет тексты с неопределенной оценкой: плюсы и минусы обозначены, но выбор между ними оставлен на суд истории. Эти тексты показывают, как

важно для политического портрета общее положение дел в стране. Когда страна развивается успешно, есть объективные основания для выстраивания оценок деятельности ее политиков. Успешность их карьеры легко увязывается с успешным ходом дел в государстве, причем всегда можно сослаться на какие-то конкретные действия политика, ученого, предпринимателя, банкира, которые содействовали такому ходу событий. Иное дело рассказывать об успешных карьерах, когда ни во внутренней, ни во внешней жизни страны особых побед не наблюдается. Победа на личном карьерном фронте налицо – в судьбах страны полная неразбериха. Как оценить такую карьеру? Вопрос об оценке в этих текстах остается открытым. В них нет ни анализа деятельности героя, ни анализа положения дел в стране. И само отсутствие существенных, социально важных причин успешной карьеры обуславливает неясность оценки. Герой смутного времени – так можно в целом охарактеризовать портреты этой группы. В текстах не выделились ключевые слова, которые можно было бы описать как частотные, предпочтительные. Зато можно выделить популярные противопоставления признаков. Например, часто противопоставлены карьерный успех и связи с какими-то противозаконными действиями, хотя юридически и не доказанными. Разрабатывается сюжет «Скандал», обязательно в модальности неуверенности, по формуле, как пишет Олег Мороз в очерке о Германе Грефе «Реформатор второго призыва», «то ли он украл, то ли у него украли» (Лит. газета.2001.№ 35). Вряд ли в такой ситуации журналист, а за ним и читатель могут твердо выбирать между плюсом и минусом. Еще ярче это проявляется в публикации Е.Маковской «Великий Дуче» (Эксперт.2001.26 февр.), где рассказывается о Александре Смоленском, которого хочется оценить положительно, так как народ наш любит «талантливых и удачливых разбойников».

Ключевые слова в этой группе текстов могут иметь языковую отрицательную оценочность (**скандал, разбойник, предательство**). Эта оценка не нейтрализуется контекстом. Неоценочные слова (**интуиция, еврокоммунист, осторожность, закрытость, немец**) приобретают

отрицательную оценку, в их семантике оживляются семы, которые позволяют иронизировать над героем (интуиция, заставляющая оставить тонущий партийный корабль; закрытость, превращающая политика в опасную загадку). Слова, которые в последние полтора десятилетия колебались в своей оценочности (**патриот, демократ**), здесь ближе к отрицательной оценке, чем к положительной (выгодный патриотизм, законсервированная демократия). В целом эти публикации близки к стереотипам сознания, когда на каждый плюс непременно находится минус.

Раздел 2.4. «Ключевые слова в текстах с отрицательной оценкой героя» объединяет тексты аналитические, а не эмоционально обличительные. Ключевые слова в них могут выражать резко отрицательную оценку без всякого смягчения, без единого включения позитивно-оценочных единиц. Таков, например, текст И.Славутинской «Александр I» (Профиль.2000.5 июня) об А.Волошине. Ключевое слово здесь **интриги**, и только оно определяет организацию оценки в изложении. Другие ключевые слова этой группы – **беспредел, некрофилия, деструктивность**. По-иному строится оценочная сторона текста, если автор использует слова неоценочные, но способные получать положительную оценку, как это было у них в текстах предыдущих групп. Здесь их содержание перестраивается так, что они становятся негативно-оценочными. Например, ключевое слово **власть** в публикации Б.Вишневого «Железный дровосек, не получивший сердца» (Независимая газета.1998.12 февр.), посвященной А.Чубайсу, наделяется смыслом «жестокая власть», а в очерке Б.Вишневого и В.Работновой «Петля Собчака» (Независимая газета.2000.10 февр.) то же ключевое слово надделено смыслом «власть неуспешная, обороняющаяся». И в том и в другом случае отрицательная оценка без всякого смягчения очевидна. Слова типа **демократия** в таких текстах приобретают, напротив, подчеркнuto положительную окраску, причем герой отделяется от такого явления, он – не демократ, враждебен демократии. Понятно, что такой прием еще более четко обосновывает отрицательную оценку героя.

Раздел 2.5. «Ключевые слова в объективистских текстах» объединяет тексты, авторы которых никак не оценивают своих героев как политиков. Факторы такой объективности различны. Во-первых, «объективное» изложение появляется, когда текст строится как вопрос, на который нет ответа. Во-вторых, текст строится как научное исследование, констатирующее, но не оценивающее установленные характеристики героя. Текст-вопрос представляет собой публикация И.Зулькарнаева «Министр-координатор» (Независимая газета.2001.11 янв.), рассказывающая о В.Елагине, *назначенном министром РФ по координации деятельности федеральных органов исполнительной власти по социально-экономическому развитию Чеченской Республики*. На вопрос в подзаголовке, сможет ли он выполнить свою задачу, текст не отвечает. Ключевое слово **функционар** объясняет всю биографию героя (комсомольский секретарь, губернатор Оренбуржья – положение везде «среднее», ни особых успехов, ни особых провалов). Как обернется с новой работой – неизвестно. Текст-исследование – политико-психологический портрет О.Давыдова «Рождение андрогина» (Независимая газета.2001.22 февр.) с подзаголовком «Тайна общей судьбы Раисы Максимовны и Михаила Сергеевича». Ключевое слово **андрогин** констатирует, но не оценивает явление, никакого выхода в политику в тексте нет. Однако недаром речь идет о политическом портрете: читатель не может не поставить текст в широкий контекст журналистского дискурса и соотнести его со своей оценкой героя.

В **Заключении** подведены итоги работы и намечены перспективы исследования.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ РАБОТАХ:

1. Полемика: спор по касательной// Журналистика сегодня: достижения, проблемы, перспективы: Материалы науч.-практ. конф. Екатеринбург. 23—24 апреля 1999 г. Екатеринбург. Журнал уральских журналистов «Факс». 1999. № 1—2. С.16.

2. Прототипические образы и тексты PR// Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия: Материалы международной конф. Екатеринбург. 21—22 декабря 2001 г. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2002. С.242—253. (Соавт.: Майданова Л.М., Федотовских Т.Г.)

3. Жанр портрета в современной журналистике: вопросы поэтики// XXI век начинается. Актуальные вопросы журналистики. Материалы Всерос. научн.-практ. конф. Екатеринбург, 30 октября — 1 ноября 2002 г. Екатеринбург. Изд-во Урал. ун-та, 2002. С.224-235.

4. Практика присвоения статуса: Анатолий Чубайс в зеркале газетных текстов// Культурные практики толерантности в речевой коммуникации. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. С.407-431. (Соавт.: Майданова Л.М.)

5. Переключка стереотипов: положительная оценка в политическом портрете // Слово и ключевые смыслы в современных медиа-текстах. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. С.87—203.

Подписано в печать 2005. Формат 60x84 1/16.

Бумага типографская. Усл.-печ. л. 1.

Тираж . Заказ № . Печать офсетная.

Екатеринбург, К-83, пр.Ленина, 51. Типолаборатория УрГУ