

Żanna Sładkiewicz

Идеологемы и мифологемы в текстовой ткани фельетона

Polilog. Studia Neofilologiczne nr 2, 371-381

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Żanna Śladkiewicz

Uniwersytet Gdański
Gdańsk, Polska

ИДЕОЛОГЕМЫ И МИФОЛОГЕМЫ В ТЕКСТОВОЙ ТКАНИ ФЕЛЬЕТОНА

Ключевые слова: *идеологема, мифологема, идеологическое клише, публицистический дискурс, официальные идеологические конструкции*

Анализируемый корпус фельетонных текстов охватывает события первого десятилетия XXI века. Публицисты воспроизводят в своих произведениях сдвиги в общественном сознании, происходящие под влиянием ломки идеологических стереотипов, замены идеологических ориентиров и приоритетов. Сатирико-публицистический текст является частью публицистического дискурса, квалифицируемого как персуазивный (воздействующий) тип дискурса. Фельетон всегда включается в идеологическую коммуникативную ситуацию, имеет идеологический модус и предполагает общественную значимость. Стратегической задачей фельетониста является не просто ознакомить читателя с произошедшим событием или болезненным явлением современной ему действительности, а прежде всего выразить отношение к нему и убедить читателя в правоте авторского видения. Глобальную дискурсную стратегию убеждения публицист реализует через целую парадигму интенциональных категорий, среди которых базовыми являются: «идеологема как способ утверждения заданных *концептов/номинаций* в публицистике; убеждение с помощью оценки; именованное как стилистико-идеологическая категория; стилистическая тональность текста; интерпретация (языковое варьирование) как лингвистический механизм имплицитного убеждения»¹. Именно эта парадигма определяет однозначное понимание реципиентом основной идеи текста и «присвоение» ее адресатом, то есть встраивание авторской идеи в индивидуальную концептуальную картину мира адресата. ДETERМИНАНТОМ в этой парадигме является идеологема.

Идеологема – это универсалия публицистического дискурса, именно она задает его идеологический модус. Словари дефинируют идеологему как «устойчивое словосочетание, фразеологизм, имеющий определенную идеологическую нагрузку, окраску»², «слово, словосочетание, готовое высказывание, а также текст, свя-

¹ Н.И. Клушина, *Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000-2008 гг.)*, Москва 2008, с. 27.

² *Идеологема*, <http://vocabulary.ru/dictionary/14/word/%C8%C4%C5%CE%CB%CE%C3%C5%CC%C0>.

занные с денотатом-идеей»³. В основе идеологемы в таком узком понимании лежит «мировоззренчески насыщенное обобщающее слово, чаще всего образное слово, метафора, обладающая мощной суггестивной силой (*светлое будущее, империя зла, ось зла, холодная война*)»⁴. Слова-идеи закрепляют за собой определенный устойчивый смысл, и нередко сквозным мотивом пронизывают весь публицистический свертхтекст фельетониста. Со временем идеологема становится стереотипом сознания, и именно в этом заключается задача публициста – «встроить» свою идею в мировидение адресата и закрепить как ментальный стереотип⁵.

Итак, идеологема – это вербальное воплощение идеологических, политических, социальных установок, которые должен усвоить адресат. Особой разновидностью идеологемы является мифологема, т.е. «квазиидеологема, имеющая свою драматургию»⁶. Мифологема – это «сложный тип знака с функцией понятия и образным содержанием»⁷. Политологи констатируют, что «едва ли не самой важной и вместе с тем самой тревожной особенностью современной политической жизни является возникновение новой силы – силы мифологического мышления»⁸. Термин «мифологема» используется обычно для обозначения устойчивых и повторяющихся конструктов сознания, «обобщённо отражающих действительность в виде чувственно-конкретных персонификаций»⁹.

В настоящее время бурной и ожесточенной информационной и идеологической «войны» происходит столкновение разных, порой противоположных идеологем и мифологем. В фельетонах одним из основных способов убеждения читателя в правильности авторской позиции является снижение, осмеяние, «развенчание» идеологии правительства. Главным объектом иронико-сатирического осмысления в свертхтексте современных русских фельетонов становится идеологическая ложь. Фельетонной «обработке» подвергаются опорные идеологические конструкты официального языка правительства и представляющей его прессы. Так, например, образ российского государства в сатирической публицистике создается, главным образом, путем развенчания клишированных языковых стереотипов и современных политических мифологем.

На протяжении веков архетипичным для русской культуры стал категорический императив «Москва – Третий Рим», однако роль России как духовной наследницы Византии постепенно перешла с религиозной на политическую плоскость. В разных вариациях этот конструкт развивал и укреплял в народном сознании идею величия державы, истинности и правоты ее религии. Н.Н. Ключко справедливо отмечает, что «идеи военной мощи, величия, исторической миссии России, внедренные в русское коллективное сознание и сконцентрированные в мифологеме “Москва – Третий Рим”, парадоксальны в своей векторной противоположности. С одной стороны, концепция “Третьего Рима” воплощает высшее чая-

³ Н.И. Попкова, *Доминанты идиостиля поэта-ирониста: на материале текстов Игоря Иртеньева*, Екатеринбург 2007, с. 76.

⁴ Н.И. Клушина, *Интенциональные категории...*, с. 27.

⁵ Там же, с. 27-29.

⁶ Н.А. Купина, цит. по: Н.И. Попкова, *Доминанты идиостиля...*, с. 77.

⁷ *Мифологема*, http://russidea.rchgi.spb.ru/ideasinrussia/filcategory/index.php?ELEMENT_ID=3312.

⁸ Э. Кассирер, *Техника политических мифов*, „Октябрь” 1993, № 7, с. 153.

⁹ *Мифологема*, <http://ru.wikipedia.org/wiki/Мифологема>.

ние национальной воли, с другой – легитимизирует территориальные и политические претензии России, вбирая в себя идею мегаломании»¹⁰. Следует отметить, что политические мифологемы необычайно живучи: так, согласно исследованиям в СМИ, россияне, как и прежде, считают свою страну Великой Державой¹¹.

Персуазивную задачу развенчания непоколебимости великодержавной идеологии, указание на ее заданность сверху, на ее несоответствие реальному положению дел в стране фельетонисты, преимущественно оппозиционного направления, осуществляют разными способами:

1. Введением сниженных просторечных квалификаторов по отношению к популярной сегодня идеологеме «Россия – Великая Держава», таких как «болтовня», «балоболание», «идеологическая байда»: *Берегли у нас только символы и вечно цацкались с какой-нибудь идеологической байдой: империей, державой, оплотом социализма, Третьим Римом, что там у нас еще?* (В. Шендерович, *Неужели Ваша ненависть к Путину настолько сильна?...*);
2. Указанием на официальный, проправительственный характер этого идеологического штампа: *...не будем придирааться к автоматическим конструкциям, вылезаящим изо рта спикера, – оценим общий пафос речи. А он ясен, как небо на плакате. Мы – великая держава! Мы установили флаг России на высоте 8611 метров! Мы укрепили другой на глубине 4261 метр! Мы сишили третий площадью 384 квадратных метра!* (В. Шендерович, *Способ любви*);
3. Методом исторических параллелей: *Список государств, считавших себя образцом, а мир снаружи – подлежащим исправлению, увы, слишком выразителен... В двадцатом веке в этой номинации с большим отрывом лидировали гитлеровская Германия и сталинский СССР. You are welcome, Владимир Владимирович! (раз уж Вы освоили английский).* (В. Шендерович, *Моральные*);
4. Посредством емкой метафоры болезни, прыща, заразы, болячки, от которой веками мучится российское сознание: *Российский народ, тяжело отравленный коммунистическим двадцатым веком, начал помаленьку подниматься и на рубеже девяностых сделал внятный шаг в сторону европейских (западных) ценностей. Но, не выbleвав из себя имперскую заразу, в которую мутировала коммунистическая идеология, народ сегодня продолжает мучиться; его шатает и мутит. Путин и К^о, укрепляя собственную власть, вполне сознательно продолжают эксплуатировать эту старую отрыжку, снова запирают общество в «осажденной крепости».* (В. Шендерович, *Выбранные места из переписки с читателем*);
5. Путем банализации идеологемы «Москва – Третий Рим», т.е. низведения ее в плоскость традиционной оценочности качества товаров и услуг: первый сорт – высокое качество и, соответственно, третий – очень низкое: *Уже полгода Москва увешана рекламными плакатами, призывающими МОК выбрать Москву столицей Олимпийских игр 2012 года. Представляю это*

¹⁰ Н.Н. Ключко, *Этноцентрические мифологемы в современном славянском коллективном сознании*, [в]: *Политическая лингвистика*. Вып. 20, Екатеринбург 2006, с. 126-134.

¹¹ См. об этом: Н.В. Шульга, *Политические мифологемы в современном мире*, <http://www.promgupss.ru/publisher/txt1/more.php?more=48>.

*очень даже хорошо. [...] В наглухо стоячую Москву (к 2012 году в ней добавится еще несколько сотен тысяч автомобилей) приедут в товарных количествах посланцы мира — сотни тысяч, если не миллионы людей. Давешний Рим, парализованный похоронами папы, покажется детским лепетом по сравнению с трехнедельным ступором нашего Третьего (как минимум, по качеству) Рима. (В. Шендерович, *Представить это сейчас!*).*

Объектом иронизации в фельетонах становится лозунговый характер этноцентрических мифов, направленный на повышение политического статуса собственного государства, на обоснование права доступа к определенным экономическим ресурсам, на легитимизацию властных институтов в стране. Под сатирическим пером фельетониста рассыпаются такие сакрализованные конструкты, как утверждение мессианства российского народа или идея державности. Одним из ключевых концептов официальной идеологии на протяжении веков неизменно остается **«особый путь России»**, «национальная специфика» развития русского социума. Методом контрастных параллелей, чаще всего с «вражеским Западом», а также прямых параллелей со слаборазвитыми странами или тоталитарными режимами сатирики показывают, что ставший практически аксиомой для русского сознания конструкт об особом пути развития, актуализируемый и эксплуатируемый официальными кругами, как правило, в «смутное» время, является фиговым листком, прикрывающим неприглядную повседневную действительность: *Прогнивший Запад сегодня скуп, как разоренный франт. Похерен бакса зеленый труп и евро радужный фант. [...] Остался только российский путь, ведущий куда-то вглубь, и выражающий нашу суть бессмертный российский рупь.* (Д. Быков, *Рублевая ода*).

Глобальной стратегии развенчания официальной идеологии подчинена интертекстуальная природа современного публицистического дискурса. «Чужое» слово органически приживается в новом тексте и воспроизводится автором в прагматических целях: использование цитат и реминисценций позволяет ввести в текст определенную квалификацию, одновременно дистанцировавшись от нее с целью создать у адресата ощущение истинности высказывания. По замечанию М.В. Луканиной, «чужая речь воспринимается читателями как более объективная по сравнению с авторской речью»¹². У читателя возникает чувство доверия к публицисту, выбирающему высказывания лиц, имеющих авторитет, как гарантию объективности собственных суждений: *Нами собираются править по-старому: корпоративно, жестко и безгласно [...] в общем, в рамках "национальной специфики", как выразился про наши полутуркменские выборы один финский наблюдатель. (Заметим в скобках, что со времен И.В. Грозного тут царит такая национальная специфика, что выйти за ее рамки трудноато).* (В. Шендерович, *Концепция поменялась*).

Обеспокоенность сатириков вызывает попытка возродить сегодня тоталитарную идею великого вождя, ведь сверхдержавой, могучей империей по законам жанра должен управлять непогрешимый и сильный монарх, **царь**. Идеологема

¹² М.В. Луканина, *Лингвистические средства косвенного воздействия в текстах СМИ*, [в]: *Семiotics и культура*. Выпуск 4. Сборник научных статей. Отв. ред. И.Е. Фадеева, Сывтывкар 2008, с. 212.

«**сильной руки**», призванная в официальной прессе воспевать централизованную власть, в фельетонистике отражает прямо противоположные стороны этого явления – тоталитаризм, бесчеловечность власти: *То ли дело у нас! Ни распадов, ни Рад, ни Майдан невозможен, ни БЮТ. Олигархи, что были, построились в ряд, да и тех беспрерывно... (и что?!). Жизнерадостный звон голосов и монет. Хор элит присягает царю. Демократов, эфира и Шустера нет (то есть что это я говорю?!)* (Д. Быков, *Сострадательное*); *От номенклатурной интриги, от одного движения путинской руки зависел характер грядущей всероссийской шизофрении...* (В. Шендерович, *Еще раз о пользе правил*).

В *личностных идеологемах* на первый план выдвигается одна или несколько ведущих черт характера личности, проявляющихся в поступках и действиях. Эти яркие черты в сатирико-публицистическом дискурсе подчеркиваются, гипертрофируются, шаржируются. Так происходит *поэтизация* или, что чаще, *демонизация* личности, конструирование мифоимиджей политических персон. Личностные идеологемы представляют человека не во всей многоаспектности его личности, но как выразителя определенных идей. Эту мысль не раз высказывают и сами публицисты: *Я, Алина, не люблю Путина именно и исключительно в связи с тем, как он исполняет свою работу президента России — и в какое угрюмое венесуэльское болото нас всех ведет.* (В. Шендерович, «*Неужели Ваша ненависть к Путину настолько сильна?*»). Личностные идеологемы биполярны: политические деятели, превозносимые официальной прессой, в текстах оппозиционной публицистики осуждаются и обличаются. Так, президент России В.В. Путин в свертхтексте современной фельетонистики номинируется в трех основных категориях: гарант, монарх и военный служащий. Каждая из этих ипостасей призвана вызвать у читателя критически-настороженное отношение к политику. К примеру, используя иронический прием псевдосогласия с оппонентом – верховным муфтием России Талгатом Таджуддиным, который выступил с предложением ввести в России пожизненное президентское правление, Д. Быков создает с помощью некоторых узнаваемых фактографических штрихов образ авторитарного *правителя-царя, патриарха*, представляющий президенту В. Путина: *Страна у нас действительно большая. [...] Чтоб попросту объехать все просторы, нужны мафусаиловские дни: чтоб в первый год при этом слушать стоны, а после – благодарности одни, чтоб выходить на каждом полустанке, как подобает первому лицу, есть огурцы из трехлитровой банки (сперва охране дав по огурцу), задумчивым патриархальным жестом благословлять пейзаж, сливаясь с ним, о детях говорить с народом женским, а о рыбалке, сдержанно, – с мужским, с ликующим военным – о матчасти, с конем – о разведении коней [...] Чтоб все свои проблемы мы решили и сделались заслуженно крепки, чтоб всем старухам выдать по машине, а всех детей облобызать в пупки, чтоб время уделить спортивным играм и вдуматься в налоговую нудь, пообниматься с осетром и тигром, домучить Киев, Грузию вернуть, прибрать контроль над всем сырьем несметным, преодолевши кризис не один, – тут надо быть практически бессмертным.* («*Дайте две!*»). Антонимичность подтекста в произведении очевидна. Знакомые адресату дейктивы представляют сущность деятельности президента в сниженном ключе.

Итак, идеологемы формируются вокруг категорий Добра и Зла, занимающих в иерархии человеческих ценностей господствующее положение. В фельетонах, при-

званных вызвать у реципиента критическое отношение к власти и побудить к рефлексии над причинами негативных явлений, мастерски разрушаются официальные идеологические конструкты и создаются новые, с противоположной аксиологической маркировкой.

Современная фельетонистика иронически осмысляет и беспощадно разрушает новейшие идеологемы, которые «спускаются» сверху в официальной прессе настойчиво и повсеместно, доводятся до автоматизма в сознании каждого члена данного культурно-языкового социума. Так, например, публицисты развенчивают стремление властей с помощью идеологемы **«вертикаль власти»** закрепить представление о действенности самого принципа вертикали: *В отличие от нашего ушибленного политикой брата-публициста, миллионы обычных людей не тяготеют ни к «вертикалям», ни к демократии. Они тяготеют к хорошей еде, чистому санузлу и мерседесу на ровной дороге вместо жигуля на битой. [...] Просто средний француз давно и твердо уяснил, что качество его жизни и будущее его детей связано с ограничением «вертикали», а у среднего калмыка звонок на этот урок еще не звенел.* (В. Шендерович, *Насчет лома и неправильного генофонда*).

Фельетонисты подчеркивают действенность старой, советской, вошедшей в плоть и кровь россиян системы социальных отношений, при которой в основе иерархии идеологических ценностей лежит примат общественного над личным и нормой является коллективное единодушие и единогласие: *За Путина и его партию строем голосовали не только воинские части и предприятия, но и психдиспансеры с моргами. «Мертвые души», числом до двух миллионов покойников, дружно вставали в избирательные списки, готовые оказать последнюю услугу родной вертикали.* (Шендерович, *Плавленный сыр*, 10.05.2008).

Идеологема «вертикаль власти», знакомая сегодня каждому носителю русского языка, породила огромное количество шуток и афоризмов: *Что такое «вертикаль власти» в России? Это когда верхи ошибочно думают, что им кто-то подчиняется, а низы столь же ошибочно надеются, что ими кто-то руководит. Зато все точно знают, кто виноват!*¹³. За последнее десятилетие рассматриваемое идеологическое клише глубоко вошло в активный лексикон среднего россиянина, доказательством чему является разветвленная система внутритекстовых связей этого словосочетания и расширение словообразовательного потенциала существительного «вертикаль»:

- образование деривационных единиц: *Но что же делать, когда против тебя такое вертикалище?* (В. Шендерович, *Насчет лома и неправильного генофонда*);
- появление устойчивых эпитетов к идеологеме, как например, «родная» или «пресловутая», а также образование метафорических параллелей: *Но дело сделано: пресловутая «вертикаль» окончательно легитимизирована в нехитрых головах россиян, и кричащие об удушении демократии давно выглядят городскими сумасшедшими. [...] Чем больше набухает весом вертикаль, чем выше центр тяжести, чем меньше реальная (а не туркмено-северокорейская) площадь социальной опоры, тем с большим грохотом все однажды рушится.* (В. Шендерович, *Итоги года*);

¹³ Что такое «вертикаль власти» в России?, <http://u-96.livejournal.com/1421093.html>.

- активизация восприятия текста реципиентом за счет использования семантических игр с компонентами идеологемы: *И никто, кроме НЕГО, не в состоянии решить ни одного вопроса. Вертикаль обернулась столбняком. В довершении бед у ПУТИНА В.В., оставшегося один на один с восьмой частью земной суши, очень плохо с телефонной связью, и он регулярно не может дозвониться – то до распоясавшегося прокурора, то до отвалившего в Португалию губернатора Кондопоги.* (В.Ш., *Размер стопы*). На основе семантической и частично фонетической близости автор выстраивает ассоциативный ряд: *вертикаль – столб – столбняк*. Согласно словарной дефиниции, *вертикаль* – отвесная линия; то же, что вертикальная линия, вертикальное направление¹⁴. *Столб*, по определению, является разновидностью вертикальной конструкции: *столб – бревно, поставленное стоймя; стояк*¹⁵. Существительное «столб» получило в русском языке ряд переносных значений, обогащающих инструментарий сатирика: *к позорному столбу поставить кого; стоять столбом*. Лексема «столбняк» перекликается со словом «столб» не только фонетической оболочкой, но и семантическими нюансами: *столбняк* – 1. Состояние полной неподвижности, онемения в теле и взгляде от изумления. 2. Заразное заболевание, вызываемое находящимся в почве микробом и характеризующееся резкими судорогами мышц¹⁶. В приведенном фрагменте текста фельетонист с помощью трансформанта «вертикаль обернулась столбняком» развенчивает миф о превосходстве социальной системы, закрепленной за клишированным выражением «вертикаль власти», показывает шаткость общественного устройства, в котором представитель верховной власти оторван от народа, от реальной жизни в стране множественном институциональных ступеней и социальных прослоек.

Современными сатириками скептически воспринимается попытка создания новой постперестроечной политической мифологии. Так, одной из наиболее известных новейших мифологем, активно разрабатываемых официальными кругами с начала президентуры В. Путина, является выражение «**Россия поднимается с колен**»: *Это наша с тобой биография, суверенной судьбы феномен: это, может быть, русская мафия поднимает Россию с колен? Башня Спасская, башня Кутафья, солидарность толпы и элит... Это, может быть, русская мафия превратила страну в монолит?* (Д. Быков, *Подкупленные*).

В «воскресающей» стране фельетонисты усматривают прежнюю верность принципам тоталитарной идеологии, и не случайно в ироническом, профанированном тексте, стилизованном под В. Маяковского, Д. Быков, осмысляя проект выделения грантов чиновникам для перехода в малый бизнес, создает образ вождя, пекущегося о благе отечества, и ликующих граждан-энтузиастов: *за то, чтоб ты, и ты, и ты, что нас гнобят и учат оголтело, в условиях российской мерзлоты освоили какое-нибудь дело, как предложил сегодня наш гигант, желающий Отечеству расцвета, – да мы б за это вам не то что грант, мы отдали б испод-*

¹⁴ *Вертикаль*, Толковый словарь русского языка, под ред. Ушакова, <http://slovari.yandex.ru/dict/ushakov/article/ushakov/03/us125511.htm>.

¹⁵ *Столб*, Толковый словарь В. Даля, <http://www.slovopedia.com/1/209/762713.html>.

¹⁶ *Столбняк*, Толковый словарь русского..., <http://slovari.yandex.ru/dict/ushakov/article/ushakov/18-2/us452804.htm>.

нее за это! Чтоб гордых проверяльщикова орда, от гордости пунцовая, как вишня, отправилась куда-нибудь туда, где будет их не видно и не слышно, и ради воскресающей страны начнет пахать (ведь приняли же план-то!) – любой из нас сорвет с себя штаны и радостно вручит им. В виде гранта. (Д. Быков, В бизнес!).

Депатетизации мифологизированного штампа «Россия поднялась с колен» служит его частичная деформация с добавлением аксиологически нагруженных компонентов – «воспаленные колени», «страна, встающая со вселенским грохотом», а также характерное для современной публицистики сочетание в пределах короткого отрезка текста единиц высокого (вечный бой, какому нет конца, адский пламень) и низкого стиля (воспаленные колени, бубня себе под нос, жалкая трясется за граница): *Товарищи! Раскрыт поджогов ряд. [...] Они горят, как шапка на воре, как факел олимпийского движенья, как вечный бой, какому нет конца, как адский пламень, что не знает лени, как наши воспаленные сердца, как наши воспаленные колени, с которых вновь Россия поднялась, припомнив износившиеся мифы, и снова всех зашаптывает в грязь, бубня себе под нос: «Мы скифы, скифы...». Стоит Отчизна, как боец сумо, и жалкая трясется за граница, и все воспламеняется само... Не дай Бог и совсем воспламениться.* (Д. Быков, Само!); *Но в стране, несколько лет со вселенским грохотом встающей с колен по случаю немыслимой нефтегазовой халавы, денег на горячую воду бабушке, смену белья и трехразовое питание так и не нашлось.* (В. Шендерович, Бизнес-план и бабушка в углу).

Публицисты вскрывают разрыв, существующий между воспеваемым величием новой России и реальной ситуацией в стране, в которой народ так легко поддается внушению о грядущем конце света и спасения ищет в темных пещерах (реальный случай в деревне Погановке): *Прилетел правительства член, обещающая строгие меры: тут страна поднялась с колен – а народ уходит в пещеры!* (Д. Быков, Подземное). Не изжила себя в возрождающемся государстве и столь привычная для советской России «показуха» (за время пребывания пензенских затворников под землей деревня Погановка, где находились сектанты, оказалась полностью благоустроена: для властей построили новые дороги, для журналистов установили связь, что позволило автору создать обобщенный образ страны: *Да, в Погановке тяжело, но, как здраво заметил некто, прилетай в любое село: там и света конец, и секта, и бухло, и всеобщий бред, вплоть до веры в царя Коцея; а что где-то пещеры нет – так у нас же кругом пещера! То по крышу завалит снег, то ветрами насквозь продуло – натуральный пещерный век от Чукотки до Барнаула.*

Клишированность и прецедентный характер выражения «Россия поднялась с колен» позволяют использовать его в основном в деформированном виде в качестве заголовка статей и частей текста: *Как поднять баррель с колен?* (В. Шендерович, Три «капли желчи»).

В фельетонном тексте образ «России, встающей с колен» демифологизируется за счет использования расхожих анекдотов, шуток и афоризмов: *С чего начал [Путин – Ж.С.], с тем и пришел к финишу. Телевизор захлебывался рассказами о России, встающей с колен, а анекдоты бесстрастно фиксировали только страх, убожество, кумовство и коррупцию. И ничего кроме. Впрочем, нет: ближе к путинскому дембелю народ ответил и на официозную болтовню – коротким уда-*

ром репризы. «Запад пытался поставить Россию на колени, но она продолжала лежать...» (В.Ш., Плавный сырок, 10.05.2008).

Сниженная тональность, которую определяют прозаизмы и бытовизмы (*кто ее поставил в такую позу, не в силах стоять на ногах после вчерашнего*), а также насыщение текста избитыми идеологемами как советского (*американский империализм*), так и постсоветского периода (*мировая закулиса*) депатетизируют декларативный характер мифологема: *Когда я слышу, что Россия поднимается с колен, мне хочется из предосторожности уточнить мизансцену. Что она делала на коленях, долго ли, кто ее поставил в такую позу? Не сама ли опустила, не в силах стоять на ногах после вчерашнего? И чудится мне отчего-то: американский империализм и мировая закулиса тут совершенно ни при чем.* (В. Шендерович, *Свобода мочеиспускания*).

Фельетонисты активно используют в своих произведениях такие сакрализованные государственные мифологема, как *гимн, герб, флаг*, а также персональные *данные главы государства*. Практически непереводаемыми в стопроцентном объеме смысловых нюансов и адекватно воспринятых экстралингвистических знаний, на которые накладываются авто- и гетеростереотипные символические единицы, приписываемые России, являются тексты, в сжатом виде представляющие переосмысленный автором гротескный образ страны: *Так что, с учетом славного прошлого и всех сегодняшних корректив, символ России выглядит сегодня примерно так: это двуглавый медведь, на одной из голов которого написано умиление, а на другой – крайнее раздражение. В левой его лапе зажата бутылка водки, в правой – мензурка нефти, на левой голове ушанка, на правой – клобук, на груди – крест и автомат Калашникова. Он едет верхом на ракете, запряженной тройкой с бубенцами, по Рублевскому шоссе, усыпанному рублями. По обочинам дороги стоят потрясенные иностранцы и мечут икру.* (Д. Быков, *Русский оборотень*).

Идеологема и мифологема, вплетенные в текстовую ткань фельетона, являются проводниками публицистической позиции автора. Раскрывая идеологическую фальшь официальных СМИ, фельетонисты создают свой оперативный набор устойчивых идеологических оборотов, переходящих из текста в текст. Такими идеологическими штампами являются, к примеру, выражения *закручивать / завинчивать гайки* – ‘ограничивать свободу действий, преследовать что или кого’, *распиливать бюджет* – ‘осуществлять коррупционную деятельность, присваивать государственные деньги и собственность’, *закатать кого под асфальт* – ‘уничтожить, подвергнуть репрессиям’: *Механика эта такова. Сначала власть завинчивает гайки и строго следит за выражениями лиц. Тут не дай бог поморщиться от недовольства - я уж не говорю: выразить протест... Одного разгрома НТВ хватило для стремительного падения нравов на всем телевидении.* (В. Шендерович, *Без цензуры*); *Ибо, по случаю высочайшего приезда в Ростов, можно "зафильтровать" там пару-тройку либеральных сайтов (о чем рассказывал послу владелец одного из них), но закатать под асфальт весь live-journal – затруднительно даже по такому торжественному случаю.* (В. Шендерович, *С английским об албанском*). Как справедливо замечает А.Б. Бушев, «частые повторы и варьирование определенных слов и сем [...] сами по себе создают стойкую картину приемлемости информации, отождествляются с определенным автома-

тизмом восприятия. Распевание на разные лады одного и того же – стойкая и эффективная техника внушения»¹⁷. Так, популярной постсоветской метафорой, используемой преимущественно оппозиционной прессой, является «*распилка бюджетов*», обнажающая коррупционную деятельность представителей власти: *Мы тоже способны к распилке бюджетов. Не ведали вы до сих пор еще? Работал же в Штатах Тимур Бекмамбетов. И вышло какое дозорище!* (Д. Быков, «Welcome!»); *Ничего не знаю о подробностях внутреннего сговора: как изменит будущее президентство Медведева пропорции "распила" федеральной собственности, каковы гарантии сторон – и какими именно тисками и что зацемялено у новенького на случай его фантазий о самостоятельной политической деятельности.* (В. Шендерович, *Концепция поменялась*).

Развенчивая идеологическую ложь выступлений нынешнего правительства, фельетонисты подчеркивают сходство социально-политической ситуации в стране с эпохой коммунизма путем использования идеологических штампов, характерных для советского языка: *А мы кричим в последних восемь лет, что наши технологии вчерашни, что социальных лифтов больше нет... Теперь он есть – и прямо в Спасской башне.* (Д. Быков, *В резерв!*). При создании образа новой России идеологические штампы могут намеренно искажаться автором, оставаясь при этом легко узнаваемыми для реципиента: *Но разве сравнить масштабы тех молдавских налетов с объемами процедур «патриотического отъема», описанных в знаменитом интервью Олега Шварцмана?* (В. Шендерович, *Почувствуйте разницу*). Активизация восприятия реципиентом интенциональных установок автора осуществляется зачастую путем деформации известной советской идеологемы путем замены или приращения смысловых компонентов. Так, деформация идеологически нагруженного высказывания «страна победившего социализма» обнаруживает остроту проблемы утраты нравственных ориентиров в новой России, общее снижение образовательного и профессионального уровня, гражданскую пассивность населения: *Попутчица поинтересовалась, над чем это я хмыкнул, и через пару минут мы делились впечатлениями об образовательном уровне, царящем в стране победившего гламура.* (В. Шендерович, *Кубометр правосудия*).

Таким образом, идеологеме в широком смысле слова (вбирающем в себя идеологическую направленность текста, идеологические штампы, мифологемы) подчиняются все категории фельетонного текста: выбор номинаций для объектов сатирической типизации, общая стилистическая тональность, способы лингвистического искажения идеологических клише официальной прессы.

¹⁷ А.Б. Бушев, *Языковые феномены политического дискурса*, [в]: *Современная политическая лингвистика*. Мат-лы межд. науч. конф., Екатеринбург 2003, с. 28.

Summary

Ideologems and mythologems in the text of the feuilleton

In this article the author analyzes the concepts ideologem and mythologem on an example of modern Russian satirical texts. Satirical journalistic text is part of the journalistic discourse, which can be classified as influencing type of a discourse. The feuilleton always has ideological modus and assumes the public importance. A strategic task of the feuilletonist is not simply to acquaint the reader with the occurred event, first of all, he wants to express the relation to it and to convince the addressee of correctness of author's vision. Ideologems and mythologems subordinate to itself all categories of the satirical text: the choice of nominations for objects of satirical typification, the general stylistic tonality, ways of linguistic distortion of ideological cliches of the official press.

Key words: *ideologem, mythologem, ideological cliche, publicistic discourse, official ideological construction*