Современная политическая лингвистика: тезисы Междунар. научной конф. (Екатеринбург, 29.09–6.10.2011) / гл. ред А.П. Чудинов; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т – Екатеринбург, 2011. С. 56-58.

Воронцова Татьяна Александровна (Ижевск)

НАРОД ГЛАЗАМИ ПОЛИТИКОВ

(Репрезентация концепта *народ* в современном политическом дискурсе).

Значение СМИ в современном мире трудно переоценить. С одной стороны, СМИ – это своего рода посредник между человеком и миром: значительная, если не основная, часть информации, получаемая каждым из нас сегодня, опосредована СМИ. С другой стороны, СМИ – это отражение ситуации, существующей в обществе. С точки зрения процессов массовой коммуникации, СМИ обладают функциональной амбивалентностью: с одной стороны, отражают процессы, происходящие в коллективном когнитивном пространстве, репрезентируя социально значимые концепты, с другой – способны на это пространство воздействовать, участвуя в формировании социально значимых концептов.

В российском национальном языковом сознании одним из наиболее актуальных концептов является концепт *народ*. Ключевая номинация данного концепта *народ* активно употребляется в самых различных видах современного российского дискурса: политическом, бытовом и др.

С точки зрения когнитивно-дискурсивного подхода, *народ* – дискурсообразующий концепт политического дискурса. С позиций коммуникативно-прагматических, народ – это основной адресат политического дискурса, к которому, собственно говоря, этот дискурс должен быть обращен. Именно поэтому для политического дискурса данный концепт особенно актуален.

Как известно, основным способом выявления структуры и содержания концепта является анализ значений языковых единиц, их словарных толкований и речевых контекстов. Сложность определения структуры и содержания концепта *народ* обусловлена тем, что номинация *народ*, согласно современным толковым словарям, передает несколько значений: 1) население той или иной страны; 2) нация национальность, народность; 3) основная трудовая масса населения.

Если смысловая зона «народ – национальная общность» (*русский народ*) имеет более или менее четкие границы, то границы смысловой зоны «народ – социальная общность» определить гораздо сложнее. Между тем именно эта смысловая составляющая номинации *народ*, как правило, «задействована» в политическом дискурсе.

Ответить на вопрос, что вкладывается сегодня в содержание данного концепта, в значительной степени позволяет анализ концепта *народ* в различных российских СМИ. Для анализа использовался материал теле- и радио-передач, интернет-изданий (2009-2011 гг.), имеющий политическую тематику. В качестве объекта исследования взяты высказывания известных политиков, журналистов, политологов. Анализ употребления номинации *народ* в значении «социальная общность», показал, что, используя номинацию *народ*, адресанты чаще всего транслируют следующие актуальные для политического дискурса смыслы:

- 1) *народ* пассивен, беспомощен, не способен действовать самостоятельно и активно. При этом адресант, как правило, позиционирует себя (или свою партию) как защитников и спасителей народа;
- 2) *народ* не ориентируется в политических проблемах. *Народу* нужна сильная власть, сильные политики;
- 3) *народ* имеет низкий интеллектуальный и культурный уровень. Основным источником информации для *народа* является телевидение, которому народ безоглядно верит.

Очевидно, что абсолютное большинство высказываний содержат имплицитную (реже эксплицитную) негативную оценку данного концепта.

При этом ни один из адресантов не идентифицирует себя с данной социальной общностью. *Народ* репрезентируется адресантами как более низкая социальная общность, чем та, к которой принадлежит он сам, но о которой, однако, он знает все (Ср. многочисленные высказывания типа: *народ хочет...*; *народу нужно...*; *народ не готов...*; *народ не может* и т.п.).

Следовательно, в современном политическом дискурсе, транслируемом СМИ, *народ* – это некая совокупность людей, которая занимает едва ли не самое низкое место в политической, социальной и культурной иерархии современного российского общества: пассивная, аполитичная, малокультурная.

Такая репрезентация концепта *народ* обуславливает явное коммуникативное противоречие: позиционируя народ как основного адресата, а себя как «борцов за народное счастье», адресанты данного дискурса репрезентируют народ как некую общность, недостойную уважения.