

УДК 81.161.1: 070 (476)

**ОБРАЗ «ПРОСТОГО ЧЕЛОВЕКА» В МЕДИАКАРТИНЕ
СОВРЕМЕННЫХ БЕЛОРУССКИХ СМИ****А.С. МИРОШНИЧЕНКО***(Гродненский государственный университет имени Я. Купалы)**mroshnichenko_as@grsu.by*

В статье представлены результаты наблюдений над особенностями функционирования устойчивых атрибутивных словосочетаний «простой человек», «обычный человек» в разножанровых текстах современных белорусских СМИ. Определен репертуар актуализируемых благодаря вербальному контексту коммуникативных / коммуникативно релевантных (И.А. Стернин) значений прилагательных «простой» и «обычный» в указанных сочетаниях, выявлена специфика коммуникативных значений в сравнении с лексикографическим описанием слов. Делается вывод о том, что в медиакартине современных белорусских СМИ отражаются новые явления в стратификационной структуре общества, в том числе – появление новых критериев социальной стратификации. Наблюдается трансформация ценностного компонента в значении сочетаний «простой человек», «обычный человек» в сторону усиления негативно-оценочных коннотаций. Оценочный компонент неоднословной номинации позволяет журналистам апеллировать к представлениям, связанным с нормами поведения людей, актуализировать значимые качества человека в противопоставительных синтаксических конструкциях, выражать и формировать отношение к герою публикации.

Ключевые слова: *простой человек, обычный человек, номинация лица, атрибутивное словосочетание, медиакартина, язык СМИ.*

Введение. Формирование глобальной экономики, политическая и культурная унификация мировых сообществ, становление информационного общества и общества знаний, развитие инновационных производств и инновационных форм деятельности с быстрой сменой технологий, создание новых социальных структур в виртуальном пространстве Интернета кардинальным образом трансформируют стиль жизни человека и усложняют социальную структуру общества. Как отмечает Е.М. Бабосов, «в современном нелинейно и зачастую непредсказуемо изменяющемся обществе многомерность классификации социальных страт существенно увеличивается, включает в себя более десятка дифференцирующих критериев: имущественные, профессиональные, политические, социокультурные, территориально-поселенческие, половой, возрастной, статусно-ролевой, образовательный, этно-национальный, а также область интересов, принадлежность к религиозной конфессии и др.» [1, с. 6].

Современный мир медиацентричен, а потому закономерно, что новые явления в социальных стратификации и неравенстве общества не просто находят отражение в медиакартине, создаваемой средствами массовой информации (И.В. Анненкова, И.В. Ерофеева, В.И. Ивченков, Д. Кэмп-Фигура, В.Д. Мансурова, И.В. Рогозина, О.М. Самусевич, В.И. Тюпа, М.В. Шкондин), но и, в силу нормативно-риторического и персуазивно-перлокутивного характера медиадискурса [2, с. 11–16], конструируются в ней как «особого рода символический продукт» ментально-речевой деятельности субъектов дискурса [2, с. 75]. «Воздействие СМИ состоит не только и не столько в передаче некоей эмоционально-понятийной информации, но в целенаправленном создании особого образа мира, а значит, во внедрении в мышление реципиента специфических когнитивных структур, способствующих восприятию определенного медийного содержания» [3, с. 43]. Особое внимание на то, как происходит формирование такого медиаопосредованного отношения массовой аудитории к тем или иным социальным проблемам, обращали исследователи-социологи в рамках теории социального конструкционизма (Дж. Бест, М. Маккоумз, Д. Шоу, М. Спектор, Дж. Китсьюз, П. Ибарра, И.Г. Ясавеев, Е.Г. Дьякова, А.Д. Трахтенберг, Ж.В. Журавлева и др.). Развиваемый в современной лингвистике когнитивно-дискурсивный подход (Н.Ф. Алефиренко, О.С. Иссерс, А.А. Кибрик, В.В. Красных, Е.С. Кубрякова, С.В. Ракитина, В.Е. Чернявская и др.) позволяет увидеть, как с помощью вербальных средств в медиатексте репрезентируются стереотипные представления о тех или иных явлениях действительности, при этом дискурс определенного типа становится той средой, в которой происходит формирование и актуализация семантики и прагматики языковых единиц, а сами единицы становятся средствами реализации дискурсивных практик.

Основная часть. Понятие «простой человек» не является новым в гуманитаристике: указанный образ использовался в художественной литературе и изобразительном искусстве, эксплуатировался в политической риторике. Тип простого человека, наиболее полно изученный в литературоведении в ряду таких типовых, как «маленький человек», «лишний человек», «человек из народа» и подобных, включен в национально-исторический и универсальный контексты и наделен статусом вечного героя. Как отмечает О.В. Иншаков, «понятие “простой человек” широко распространено, политически маркировано, социально насыщено, но все еще слабо осмыслено социологией, культурологией и политэкономией» [4, с. 95].

В статье анализируются устойчивые атрибутивные сочетания «простой человек», «обычный человек», предпринимается попытка определить особенности репрезентации соответствующего типа человека в современной белорусской медиакартине. Исследование выполнено на материале 320 контекстов, извлеченных из газет «СБ. Беларусь сегодня» (СБ), «Народная газета» (НГ), «БелГазета» (БГ), «Рэспубліка» (Р) 2002–2020 гг. Актуальность исследования обусловлена тем, что высказывания, включающие выражения «простой человек», «обычный человек», участвуют в формировании стереотипных представлений о стратификационной структуре общества. Отдавая предпочтения тем или иным наименованиям участников описываемых событий и ситуаций, журналист может как повышать, так и понижать статус героя публикации и, следовательно, регулировать оценочную интерпретацию описываемых событий. В соответствии с концепцией И.А. Стернина [5], в работе мы разграничиваем системное (лексикографическое и психолингвистическое) и коммуникативное (коммуникативно релевантное) значения слова, подразумевая под последним «обобщенные различные зафиксированные в контекстах наборы актуализованных и наведенных сем» [6, с. 39].

В толковых словарях русского языка прилагательное *простой* (как обозначение свойства человека) зарегистрировано в следующих значениях: ‘добродушный, простодушный, не церемонный’, ‘самый обыкновенный, не выделяющийся среди других’, ‘принадлежащий к непривилегированным сословиям, не дворянский (устар.)’, ‘глуповатый, недалекий’ [7, с. 641]; ‘обыкновенный, ничем не примечательный’, ‘открытый, бесхитростный, прямой, не церемонный’, ‘принадлежавший к непривилегированному сословию’ [8, с. 526]. Определение *обычный* имеет несколько значений: ‘постоянный, привычный [7, с. 453]; ‘такой, как всегда; постоянный, привычный’, ‘ничем не примечательный, не выделяющийся среди других; обыкновенный, заурядный’ [9, с. 581]. Таким образом, мы видим, что толкования прилагательных *простой* и *обычный* различаются незначительно: в них в первую очередь фиксируются качества личности, с пометой *устар.* в значении лексемы *простой* отмечается признак ‘положение в социуме’.

Наблюдения за речевой практикой анализируемых республиканских изданий показали, что в контекстах чаще всего актуализируется семантический компонент ‘ничем не выделяющийся среди других’, при этом в высказывании имеется эксплицитно выраженное или подразумеваемое сравнение «обычный – необычный»: *Обычный человек читает со скоростью 300–600 знаков в минуту, хотя мыслить способен гораздо быстрее* (БГ. 27.07.2009); *Не диво, ведь в распоряжении Леонардо благодаря ценной привычке был 21 час бодрствования в день, а не 16, как у обычного человека* (Р. 12.05.2018). В медиакартине белорусских СМИ *простой/обычный человек* обладает заурядными способностями, которые не позволяют ему выделяться среди других людей. «Психологи указывают на фантомность обычного человека: если человек – личность, нельзя вести речь об обычном, нормальном человеке. Между тем значимость этой фигуры для наук о человеке огромна: это фон, на котором видны аномальные явления. Функция заурядного служить фоном для выдающегося находит отражение и в системе языка. Примером могут служить антонимические пары прилагательных, обобщенные противопоставлением «заурядный – выдающийся»: *ординарный – неординарный; обычный – необычный; типичный – нетипичный*» [10, с. 239].

Лексемы *простой, обычный* могут употребляться как контекстуальные синонимы к словам *непритязательный, неамбициозный*. Характеризуя *простого/обычного человека*, журналисты отмечают отсутствие у него обостренного самолюбия и чванства, подчеркивают наличие честности и открытости: *Геннадий Овсянников, как и его герои, честный и открытый. О себе говорит: «Я – человек простой, не амбициозный»* (БГ. 21.02.2005); *Про первую встречу помнит немного: «Он не производит впечатления человека амбициозного, недоступного для общения. Нет. Обычный человек* (БГ. 06.09.2012). При этом указание на «обычность» героя используется в функции положительной оценки именно личностных качеств человека – в ракурсе их соответствия традиционной национальной системе ценностей (отсюда национальная идентификация – *простой белорусский человек*, ср. также: *простой белорус*). В медиакартине белорусских СМИ *простому/обычному человеку* свойственна искренность и естественность в проявлении чувств, он проявляет себя как верный друг: *Мне кажется, что он очень искренний и простой человек: искренне любит, искренне ненавидит* (БГ. 05.04.2010); *Он – простой белорусский человек, такой же, как и мы с вами: по утрам, идя на работу, он не строит планы покорения мира, ему не душно в маленьком мирке белорусской провинции, он ценит друзей и верит в любовь* (БГ. 23.06.2003); *В этих беседах с самим собой и включается момент магии: оказывается, в быту Иван Иванович вовсе не магический длиннородый дедушка-шаман, взывающий к духам предков. Он – обычный человек, сомневающийся, переживающий, ищущий* (БГ. 09.11.2009).

Анализ печатных СМИ показал, что в современных белорусских газетах широко распространено контекстуальное употребление лексем *простой* и *обычный* в значении ‘непубличный’, ‘неизвестный’, напр.: *Если одна из сторон уголовного дела – простой человек, а другая – известная личность, адвокату приходится нелегко* (БГ. 06.04.2009); *Это все равно что суицид, совершенный известной личностью, а если с жизнью решил расстаться обычный человек, это становится всего лишь сухими цифрами статистики* (БГ. 09.12.2013); *День со звездой неожиданно продолжился утром... «Когда мы поели, и уже было собрались уходить в номер, – рассказывает Марина, – на завтрак спустился Валерий. С ним не было никакой охраны. Как обычный человек он сел спокойно поесть* (БГ. 10.11.2017); *Тем не менее все интелесовались моим делом, желали сегодня успеха, когда я уходил. Мне казалось, что я совершенно простой*

человек, а тут – столько внимания! (БГ. 01.04.2013); *Связано это с таким явлением, как “Эффект Вертера”, обозначающим массовую волну подражающих самоубийств, которые совершаются после резонансного добровольного ухода из жизни, широко освещенного в СМИ либо описанного в популярном произведении литературы или показанного в кино (не важно, идет речь о знаменитости или о простом человеке)* (СБ. 28.09.2018). Указанное значение, как мы видели выше, не представлено в словарях, однако очень показательно с той точки зрения, что в новых условиях цифровой эпохи публичность становится фактором социальной стратификации: известный человек обладает большей сферой влияния и, соответственно, более весомым авторитетом и более высоким социальным статусом, чем *простой/обычный человек*.

На низкое социальное положение *простого/обычного человека* указывает ряд признаков. В частности, *простой/обычный человек* не имеет доступа к власти: *Провести расследование в отношении обычного человека, не наделенного властью и ресурсами, можно, не заключая его в СИЗО* (БГ. 10.04.2020). В соответствии с медиакартиной современных белорусских СМИ, он не владеет возможностью влиять на принятие важных решений, в том числе политических, устанавливать правила и запреты, формировать и навязывать поведенческие нормы, предоставлять полномочия. Лишенный права выдвигать цели и распоряжаться материальными или информационными ресурсами, он выступает как объект действия другого субъекта: *Проблема в том, что после стольких лет у власти именно социал-демократов многие обвиняют в том, что эти проблемы не решаются. И что о социальной справедливости они вспоминают и заботиться о простом человеке обещают лишь накануне выборов* (СБ. 15.05.2017). Для СМИ регулярной является оппозиция «простой человек – человек, наделенный властью», например: *И если обычный человек просто опасается неизвестного, то те, у кого есть власть и деньги, дополнительно боятся лишиться своего нынешнего положения* (БГ. 20.07.2016); *Эти группы никогда не пересекаются: у власти – своя жизнь, у оппозиции и неправительственных организаций – своя, у народонаселения – своя. Ну скажите, нормальный, обычный человек – он что, обращается в какие-то правозащитные организации?* (БГ. 08.11.2011).

Отсутствие доступа к власти влечет за собой отсутствие доступа к экономическому капиталу, измеряемому масштабами собственности, владения и распоряжения материальными ресурсами, уровнем личных доходов: *Уже продали девять пылесосов, три микроволновки, – отчитался консультант. – Телевизоров пока не продали. Простой человек не будет Вr2–3 млн. носить в кармане* (БГ. 02.02.2009); *Разве может обычный человек столько денег заработать? Я работаю на скорой помощи, получаю медный грош с кукишем* (БГ. 13.07.2009). Права собственности (на предприятие, недвижимость, ценные бумаги, интеллектуальные продукты) подразумевают социальные отношения между людьми и формируют экономическую власть: процесс владения собственностью раскрывается как процесс распоряжения, владения и присвоения. В медиакартине современных белорусских СМИ *простой/обычный человек* характеризуется невысоким уровнем дохода, он не обладает средствами производства: *Мы съездили с ним туда, чтобы понять, как простой человек, не имеющий в кармане больших денег и власти, может постоянно помогать своим землякам* (СБ. 09.06.2016); *Действительно интересно, как так получилось: что простой вроде бы человек, еще 10 лет назад ходивший в малопочтенном статусе «младшего научного сотрудника», сегодня вдруг является владельцем заводов и парковок?* (БГ. 19.01.2004). Наблюдается противопоставление *простого/обычного человека*, с одной стороны, человеку, наделенному властными полномочиями, с другой стороны – институту государства.

В силу отсутствия доступа к власти и ограничений в принятии важных решений *простой/обычный человек* не имеет возможности быстро передвигаться по карьерной лестнице и добиваться высоких профессиональных результатов. Журналисты республиканских газет нередко противопоставляют *простого/обычного человека* руководителю: *Он не простой человек, он один из тех, кто руководит страной* (БГ. 14.01.2013); *Разве теперешний руководитель даст свою иномарку простому человеку?* (СБ. 27.01.2018); *Я сейчас это говорю не как директор магазина, а как обычный человек* (НГ. 03.10. 2019); *По официальной информации, полученной в качестве взятки суммы, которую обычный человек посчитал бы огромной, руководителю не хватило, ему понадобилось еще* (БГ. 17.06.2002). С точки зрения П. Сорокина, «представители высших экономических слоев одновременно относятся к высшим политическим и профессиональным слоям. Немущие же, как правило, лишены гражданских прав и находятся в низших слоях профессиональной иерархии» [11, с. 303]. Закономерным является использование в текстах СМИ оппозиции «простой человек – профессионал», например: *Профессионала вряд ли проведешь. Простого человека можно напугать своей неадекватностью, в т.ч. напускной, но, как правило, любой психиатрический диагноз имеет свой четкий образ* (БГ. 25.11.2013). В медиакартине современных белорусских СМИ *простой/обычный человек* предстает как человек, не имеющий глубоких профессиональных знаний.

Личные и социальные возможности *простого/обычного человека* ограничены. Спектр его социальной коммуникации, круг влиятельных знакомых, имеющих более высокие социальные статусы, не богат: *Сего фигуранта Жук охарактеризовал так: «Хоть и без погон, но не простой человек, со связями»* (БГ. 18.04.2016); *Не совсем я простой человек, ну, не работаю я на заводе, да и родители мои тоже на заводе не работают, я могу спокойно позвонить в штаб ПВО* (БГ. 21.04.2013). Очевидно, что *простой/обычный человек* мало востребован в системе личных и профессиональных связей.

В медиакартине белорусских СМИ формируется стереотип того, что наибольшее значение для *простого/обычного человека* имеют первичные потребности, тогда как вторичные (потребности в признании, духовные потребности) в его ценностной иерархии являются менее значимыми: *В доме тепло, светло, на столе хлеб да соль, есть с кем поговорить. Что еще нужно простому человеку?* (СБ. 09.02.2018); *Ведь обычный человек мыслит не категориями политического, экономического характера. У него потребительские свойства преобладают* (БГ. 16.06.2008); *Жил он, как и многие, скромно, с женой и маленьким ребенком. В общем, обычный человек* (Р. 08.06.2017).

Культурный капитал, то есть богатство в форме знаний, идей, готовности к освоению существующих символов и новых моделей поведения, у *простого/обычного человека* отсутствует. Он не способен критически оценивать прошлые и современные явления культуры, осознанно воспринимать сложную и динамичную структуру современного культурного процесса: *А сейчас читателю дают книгу какого-нибудь белорусского писателя, который называет себя страшным словом «постмодернист» и пишет Бог знает что. Ну как обычный человек, не знающий белорусского и читающий Пушкина по слогам, может таким проникнуться?* (БГ. 02.03.2015). *Простой/обычный человек* не принадлежит к числу потребителей элитарной культуры, ориентированной на самовоспроизведение в рамках узкого круга экспертов: *Инсталляция «Норка» (похожая на гигантский кротиный холмик) просто взывала к участию – об этом кричало и описание проекта, и многочисленные видеоролики, висящие вокруг «Норки» и показывающие, как именно простой человек может освоить «Норку» в качестве символа всего происходящего в белорусской культурной среде* (БГ. 05.03.2012). Кроме того, *простой/обычный человек* не обладает специальными знаниями: *В совершенно темном углу стоит точная копия этой головы. Стоит в совершенной темноте. Под этой копией – нет надписи на том языке, который способен прочесть обычный человек – так, какие-то точки* (БГ. 23.05.2015).

Регулярными для республиканских СМИ являются и следующие противопоставления, отражающие особенности анализируемого типажа человека по когнитивным характеристикам (потребность в информации, характер восприятия информации, стиль мышления и т.д.):

– противопоставление «простой человек – человек, способный понять произведение искусства», например: *Напишите книжку хорошую, создайте хороший фильм, хорошую картину, перед которой будут стоять не только люди, понимающие в искусстве, всё оценивающие, знающие, но и простой обыватель, дилетант, будет трепетать перед этой картиной»* (БГ. 22.12.2003);

– противопоставление «простой человек – человек, способный к перевоплощению»: *И объясняется это просто – артист всем своим обликом несет с экрана правду, всегда болеет душой за то, что волнует простого человека* (СБ. 10.02.2011); *Когда я училась в театрально-художественном институте, наш педагог говорил: «Это обычный человек просто едет в метро. А актер едет и наблюдает»* (СБ. 30.11.2018);

– противопоставление «простой человек – творческий человек»: *Продюсеры и критики, высунув языки от старательности, наговаривают ими столько малопонятных обычному человеку вещей, что желание потратить свое время на просмотр хотя бы одного фильма отбивается напрочь* (СБ. 03.11.2018); *Публика, которая их посещает, – это очень узкий круг театральной и околотеатральной тусовки: актеры, критики, студенты творческих вузов, режиссеры. Обычный человек, случайно оказавшись на таком мероприятии, может прийти в состояние некоторого недоумения* (БГ. 13.12.2004).

Простой/обычный человек не включен в мир науки, он находится за ее пределами: *Наука имеет средства проверить астрологические прогнозы, а вот обычный человек – нет* (БГ. 28.01.2008); *Обычному человеку это вряд ли что-то скажет, но с научной точки зрения такие исследования крайне важны, поскольку дают более глубокое понимание протекания термоядерных процессов и в целом подтверждают теоретические предсказания Стандартной солнечной модели* (НГ. 28.12.2018). Он находится на обочине общественной жизни: не интересуется политическими вопросами и не отличается активной гражданской позицией: *Где роль простому человеку отведена крайне примитивная – не думать, не осмысливать происходящее, а просто делать то, к чему призывают* (СБ. 27.06.2020); *Проблема в том, что обычный среднестатистический человек начинает интересоваться общественной жизнью только тогда, когда эта общественная жизнь задевает его самого* (БГ. 02.09.2013); *Что мы имели на входе? Обычного человека, которому в общем-то было все равно, что происходит в Беларуси. На выходе мы имеем убежденного противника режима, имеющего время и средства на борьбу с беспределом и произволом властей* (БГ. 18.07.2011).

На арене социальных отношений *простой/обычный человек* занимает пассивную позицию, он лишен возможности принимать самостоятельные решения – в контексте это подчеркивается метафорическими наименованиями (*винтик, игрушка*): *Тотальное подавление глобальными корпорациями простого человека-винтика этого производственного конвейера* (СБ. 04.07.2020); *У нас иногда бывает, что они, образно говоря, как игрушка в руках исполнительной власти или некое дополнение. И простой человек, попадая в эти жернова, в рамках своего района нередко ходит, как по замкнутому кругу* (СБ. 02.12.2017). Наиболее понятна и близка ему патерналистская форма общественно-политического устройства, где государство берет на себя всестороннюю заботу о благополучии граждан: *У кого было искать защиты простому человеку, пострадавшему от лиходеев, если обращаться к уголовникам не позволяла законопослушность,*

а к милиции – слабая вера в ее неподкупность и эффективность? (СБ. 13.10.2018); Государство для народа, справедливость, защита **простого человека** – это то, на чем стояла и стоять будет белорусская государственность (СБ. 22.06.2016); И это все как-то связано с судьбами простых людей: где-нибудь там умирает **простой человек** от пневмонии, и тут появляется президент – бах! – и к больному сразу в этой больнице меняется отношение (БГ. 09.11.2009).

Подобный типаж простого человека не является для современной медиакартины мира чем-то вымышленным, создаваемым в публицистическом мире журналиста: Т.Л. Каминская называет и очень подробно описывает три целевые аудитории периодики – «интеллигентное меньшинство», «образцовая среда» и «простой человек», при этом образ последнего исследователь характеризует такими чертами, как концентрация на частной жизни, интерес к доступному и понятному жанру «житейской истории», предпочтение патерналистского отношения к себе со стороны государства [12].

Заключение. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Использование устойчивых атрибутивных словосочетаний *простой человек* и *обычный человек* наиболее часто наблюдается в следующих композиционных частях текста: во-первых, в аргументативной части текста для выявления причинно-следственных связей, объяснения поступков героев публикаций; во-вторых, в описательной части текста для оценочной характеристики персонажей медиатекстов на основе их сопоставления с другим типом людей. Используя указанные выше словосочетания, журналист может выразить подчеркнуто личностное авторское отношение к ситуации, оказать воздействие на формирование ценностного отношения целевой аудитории к герою или событию.

Толковые словари русского языка в целом отражают реальное употребление прилагательных *простой*, *обычный* в журналистских публикациях, однако противопоставление *простого/обычного человека* людям с высоким социальным статусом (то есть людям, имеющим доступ к власти, материальным и информационным ресурсам, культурному капиталу) оказывается не зафиксированным. Статусные оппозиции *представитель власти – простой/обычный человек*, *представитель творческой профессии – простой/обычный человек* и др. широко представлены в медиатекстах, тогда как в толковых словарях значение 'положение в общественной иерархии' используется со специальными пометами.

В содержании устойчивых атрибутивных сочетаний *простой человек* и *обычный человек* находят выражение системно-релятивный, статусно-поведенческий, оценочно-аксиологический понятийные аспекты, выделяемые в содержании категории социального статуса [13].

Так, системно-релятивный аспект предполагает, что, используя данное словосочетание, автор медиатекста может обозначить соотносительность индивидов в системе социальных связей и отношений (*простой человек – руководитель*, *простой человек – владелец заводов* и др.). В синтаксических конструкциях регулярным к словосочетанию *простой/обычный человек* является противопоставление различных антонимов: *известная личность, звезда, знаменитость, владелец (заводов и пароходов), руководитель, директор, профессионал, артист, актер, продюсер, критик, режиссер*.

Статусно-поведенческий аспект отражает социально-дифференцирующие признаки, связанные с исполнением индивидом социальных ролей. В таком случае в структуре лексического значения прилагательных *простой*, *обычный* и в особенностях функционирования неоднословных номинаций *простой человек*, *обычный человек* проявляются сформированные в обществе ожидания относительно «нормативного» поведения, представления о правах и обязанностях, о статусной дистанции, симметричных и несимметричных речевых ситуациях: *Для простого человека важны результаты, а не постоянные дискуссии о путях развития* (СБ. 03.03.2018); *Интересы простого человека просты и понятны: достойная зарплата, жилье, безопасность, экология, социальные гарантии* (СБ. 20.02.2020).

Наконец, наличие власти и привилегий, уровень достатка, степень уважения и почта в восприятии окружающих, престиж, стиль жизни составляют оценочно-аксиологический аспект категории социального статуса. Как показывает речевая практика республиканских изданий, функционирование выражений *простой человек*, *обычный человек* отражает разделяемую в обществе систему ценностей, о чем, к примеру, может свидетельствовать появление нового стратификационного критерия – публичности. В качестве контекстуальных синонимов выступают лексемы *непритязательный*, *неамбициозный*, *непубличный*, *неизвестный*, *небогатый* и др. Определения *простой/обычный (человек)* употребляются в одном ряду с прилагательными *нормальный*, *среднестатистический*.

В большинстве выявленных контекстов характеристика *простой/обычный* имеет негативный оттенок: *простой* – значит непубличный, не наделенный властными полномочиями, экономическим и культурным капиталом, заурядный с точки зрения профессиональных навыков и способностей, не обладающий богатой эрудицией. Более редкими являются варианты употребления лексем *простой/обычный* для обозначения положительных качеств человека, например: *простой* – значит искренний, при этом «в советскую эпоху усилиями официальной пропаганды словосочетание *простой человек* (мн. *простые люди*) приобрело высокоомелиоративную оценочность» [14, с. 145]. Таким образом, в языке современных белорусских

СМИ наблюдается трансформация ценностной композиции в значении сочетания *простой/обычный человек* в сторону усиления негативно-оценочных коннотаций, что отражает состояние общественного сознания, но в некотором смысле противоречит идеологической риторике, построенной на ценностях социально-ориентированного государства (государства для народа) и использующей такие смыслообразующие идеологемы, как *простой человек, простые люди, люди труда, обычные граждане, простые граждане* и т.п.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабосов, Е.М. Стратификационная трансформация современной Беларуси / Е.М. Бабосов. – Минск : Беларуская навука, 2018. – 362 с.
2. Анненкова, И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ / И.В. Анненкова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2011. – 392 с.
3. Пищальникова, В.А. СМИ как среда формирования новых когнитивных структур / В.А. Пищальникова // Человек в информационном пространстве: понимание в коммуникации : сб. науч. тр. : в 2 т. / под общ. ред. Н.В. Анишкиной, Л.В. Уховой. – Ярославль : Изд-во Ярославского гос. пед. ун-та им. К.Д. Ушинского, 2017. – Т. 2. – С. 41–45.
4. Иншаков, О.В. Простой человек в социальном пространстве современной России / О.В. Иншаков, Д.П. Фролов // Личность. Культура. Общество. – 2006. – Т. 8, № 2 (30). – С. 95–106.
5. Стернин, И.А. Лексическое значение слова в речи / И.А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронежского ун-та, 1985. – 138 с.
6. Рудакова, А.В. О понятии коммуникативного значения слова / А.В. Рудакова, И.А. Стернин // Коммуникативные исследования. – 2017. – № 1 (11). – С. 36–48.
7. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова ; РАН, Ин-т русского языка, Рос. фонд культуры. – М. : АзъLtd, 1992. – 955 с.
8. Словарь русского языка : в 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз. ; под ред. А.П. Евгеньевой. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Русский язык, 1983. – Т. 3 : П–Р. – 752 с.
9. Словарь русского языка : в 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз. ; под ред. А.П. Евгеньевой. – 3-е изд., стереотип. – М. : Русский язык, 1985–1988. – Т. 2 : К–О. – 1986. – 736 с.
10. Федяева, Н.Д. Противопоставление «обычный человек» – «выдающийся человек» в культурной и номинативной традиции / Н.Д. Федяева // Альманах современной науки и образования. – 2007. – № 3-3. – С. 239–240.
11. Сорокин, П.А. Человек. Цивилизация. Общество / П.А. Сорокин. – М. : Политиздат, 1992. – 543 с.
12. Каминская, Т.Л. Адресат газетного текста: опыт типологии / Т.Л. Каминская // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. 9, Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2008. – № 1–2. – С. 305–312.
13. Мирошниченко, А.С. Семантический компонент 'социальный статус' в структуре лексического значения номинации лица / А.С. Мирошниченко // Весн. Гродзен. дзярж. ун-та імя Янкі Купалы. Сер. 3, Філалогія. Педагагіка. Псіхалогія. – 2020. – Т. 10, № 3. – С. 71–81.
14. Васильев, А.Д. Коннотативные трансформации словосочетания простой человек в истории русского языка / А.Д. Васильев // Вестн. Краснояр. гос. пед. ун-та им. В.П. Астафьева. – 2019. – № 2 (48). – С. 145–153.

Поступила 03.12.2020

MEDIA IMAGE OF THE ORDINARY PERSON IN MODERN BELARUSIAN MASS MEDIA

A. MIROSHNICHENKO

The article presents the results of the survey over the peculiarities of stable attributive word combinations “simple person”, “ordinary person” functioning in different genre texts of modern Belarusian Mass Media. The range of communicative / communicatively relevant (I.A. Sternin) meanings of the adjectives “simple” and “ordinary” in the stated combinations that are actualized due to the verbal context is determined; the specific features of communicative meanings in comparison with lexicographical description of words are revealed. The conclusion is made that the media picture of modern Belarusian Mass Media reflects new phenomena in the stratification structure of the society, including the appearance of such stratification feature. There is a transformation of the value component in the meaning of combinations of “simple person” and “ordinary person” towards strengthening of negative-value connotations. The evaluative component of an ambiguous nomination makes it possible for journalists to appeal to notions related to the norms of people’s behavior, to actualize significant human qualities in opposite syntactic constructions, to express and form the attitude towards the hero of the publication.

Keywords: *simple person, ordinary person, nomination of person, attributive word combination, media picture, language of Mass Media.*