



TATIANA KANANOWICZ

Uniwersytet Gdański

 ORCID <http://orcid.org/0000-0002-1156-5934>

ИМИДЖ ЯРОСЛАВА КАЧИНЬСКОГО В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ ПОЛЬСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ СОЦИАЛЬНО- ПОЛИТИЧЕСКИХ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКОВ)

Политический имидж является объектом исследования ряда гуманитарных и социальных наук: политологии, политического маркетинга и политической психологии, журналистики, медиа- и политлингвистики. Существующие в научной литературе определения имиджа зависят от принятой исследовательской перспективы. Так, политмаркетологи и связанный с ними круг исследователей рассматривают имидж как товар, который можно и нужно выгодно продать (например, во время предвыборной кампании), и акцентируют позитивную маркированность имиджа, ср.: «Имидж политического лидера — это привлекательный эмоционально окрашенный образ, который моделируется и внедряется в массовое сознание политическими технологами»¹. Ср. также определение, приводимое в работах польских исследователей — Войцеха Цвалины и Анджея Фальковского:

имидж политика — это создаваемое в определенных целях (например, для избирательной кампании) особого рода представление, которое — через ассоциации — придает объекту дополнительную ценность (социально-

¹ Е.Н. Давыборец, *Формирование имиджа лидера современного государства (на примере президентов России и США)*: <http://cheloveknauka.com/formirovanie-imidzha-lidera-sovremennogo-gosudarstva> (3.07.2019)

психологическую, этическую или личностную) и таким образом создает условия для его эмоционального восприятия².

Наиболее известным эффектом такого подхода является теория политических ролей (политических типов)³. Отдельные исследования политологов посвящены автопрезентациям политиков⁴, лингвисты, в свою очередь, исследуют их языковое воплощение (так называемый языковой портрет политика), анализируют языковые стратегии формирования имиджа, дискредитации оппонента⁵ и т.д.

В рамках холистического подхода к имиджу следовало бы рассматривать его как динамический (постоянно развивающийся и видоизменяющийся), сложный дискурсивно-семантический конструкт, состоящий из по крайней мере нескольких (если не нескольких десятков) политических нарративов (полидискурсивность имиджа) и семантических слоев. В построении имиджа политика участвуют: сам политик (автоимидж), другие политики, политические партии, средства массовой информации (поддерживающие и оппозиционные), а также часто стихийно формирующиеся нарративы «неожиданных» участников политического дискурса: актеров, комиков, «народа» — в виде комедийных шоу, развлекательных программ, мемов, фан-сайтов, групп в социальных медиа и под. Сложность имиджа состоит также в участии в его формировании как сознательных стратегий, так и бессознательных (незапланированных) элементов, ср.:

Имидж политика — это совокупность сознательных стратегий, направленных на создание имиджа, благоприятных и неблагоприятных ситуаций, а также дискредитирующих действий, предпринимаемых политическими противниками⁶.

² W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny: perspektywa psychologiczna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2006, с. 153. Все цитаты из польскоязычных источников приводятся в переводе автора статьи.

³ M. Jeziński, *Marketing polityczny a procesy akulturacyjne. Przypadek III Rzeczypospolitej*, Wydawnictwo Dom Wydawniczy DUET, Toruń 2004.

⁴ M. Cichosz, *(Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2003.

⁵ Ж. Сладкевич, *Политический фельетон в свете теории языкового воздействия*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2013.

⁶ P. Pawelczyk, *Harcownik — nowy typ wizerunku politycznego*, «Środkowo-europejskie Studia Polityczne» 2012, № 2, с. 8.

Имидж политика — это также создаваемый и воспринимаемый имиджи, каждый из которых можно исследовать отдельно. Сложной представляется и семантика имиджа: это образование, состоящее из по крайней мере нескольких семантических презентаций. Именно эта — семантическая структура имиджа — и является объектом исследования в настоящей статье. Кроме того, будут проанализированы и языковые средства создания имиджа, как позитивного, так и негативного.

Мы займемся той частью имиджа политика, которая создается массовыми средствами информации, а точнее — еженедельной прессой (общественно-политическими журналами), входя тем самым в сферу массмедийного (печатного) политического дискурса. В нем сосуществуют и переплетаются действия трех «сил»: политики, СМИ и общественного мнения. Политики приводят в движение политические процессы, ожидая определенных результатов, СМИ помогают или мешают им в достижении этих результатов, формируя соответствующим образом общественное мнение. Оно в свою очередь:

влияет на социальное поведение масс и в условиях политического плюрализма становится фактором, который может либо служить надежной опорой в конкретных политических действиях, либо блокировать их, а иногда и заставлять органы управления принимать заведомо нерациональные решения⁷.

Для имидж-анализа был выбран один из самых популярных польских политиков последних десятилетий — глава партии Право и справедливость (далее ПиС), депутат польского Сейма Ярослав Качиньски. В качестве имиджетворческих субъектов послужат два общественно-политических журнала-конкурента: издаваемый с 2001 г. издательством Axel Springer «Newsweek Polska», главным редактором которого с 2012 г. является Томаш Лис, и выходящий с 2012 г. в издательстве Fratria еженедельник «Sieci»⁸ братьев Карновских. Выбор еженедельников не случаен:

⁷ А. В. Клишин, *Общественное мнение как фактор выработки политических решений (на материале современных экологических проблем)*, <http://cheloveknauka.com/obschestvennoe-mnenie-kak-faktor-vyrabotki-politicheskikh-resheniy#ixzz5qpDfk9mc> (4.07.2019)

⁸ В тексте статьи используется новое название еженедельника — «Sieci», измененное в связи с решением Апелляционного суда от 29 июня 2017 г.

они оба не скрывают своих противоположных идеологических предпочтений⁹. Как пишет Кшиштоф Зуба, «Newsweek» «пробовал примирить богатую традицию с новым обликом журнала, формирующего мнения, независимого от политического влияния»¹⁰. Несмотря на это, журнал является явно оппозиционным по отношению к правящей партии и пропагандирует либеральное мировоззрение. Журнал «Sieci», напротив, открыто поддерживает правящую партию и является сторонником консервативного мировоззрения. На обложке и на веб-сайте издания можно прочитать следующую автопрезентацию: «Мы являемся самым крупным консервативным еженедельником мнения в Польше», и далее:

В Польше, которая гордится своим наследием, и которая готова изо всех сил бороться за фундаментальные, консервативные ценности, такие как уважение к традиции, мужеству и чести, уважение к коллективу и общественной солидарности, к религии и натуральному праву. А также к одной из фундаментальных свобод человека, выражающейся в независимости мысли, слова и СМИ¹¹.

Таким образом, выбор еженедельников позволит произвести достаточно полную реконструкцию имиджа Ярослава Качиньского, поскольку мы будем иметь дело как с позитивной, так и негативной его сторонами. Временные рамки исследования ограничиваются 2017 годом (52 номера для обоих журналов). На этот период приходится половина срока полномочий действующей партии. Период характеризуется относительной стабильностью политической ситуации и (также относительной) уравновешенностью политического дискурса: накал эмоций, связанных с результатами выборов 2015 г., уже снизился, а до новых парламентских выборов было еще далеко. Анализу были подвергнуты разные жанры журнальной публицистики: передовые статьи, фельетоны, интервью, комментарии и проч., в которых упоминается и характеризуется Я. Качиньски. Количество контекстов для журнала «Newsweek Polska» составляет 350, для

⁹ См. об этом более подробно: Т. Kananowicz, *Идеологическая борьба на страницах журналов «Newsweek Polska» и «Sieci»: либеральная трансформация vs либеральная революция*, «Przegląd Ruscystyczny» 2018, №4 (164), с. 100–115.

¹⁰ К. Zuba, *Polska scena polityczna: ciągłość i zmiana*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 2012, с. 301.

¹¹ <https://www.wsieciprawdy.pl/o-tygodniku.html> (4.07.2019)

журнала «Siesci» — 200. Существенной представляется информация о процентном соотношении отдельных имиджевых профилей, рассчитанная на основании количества контекстов, содержащих ту или иную семантику. Такая информация приводится далее в статье.

Применяемый в работе дискурсивный анализ предполагает:

1) выделение наиболее частотных оценочных номинаций политика¹² — ярлыков или апологетизмов (глорификаторов)¹³, под которыми понимаются

тяготеющие к стереотипизации номинативные единицы-идеологемы (слова и словосочетания) с гипертрофированной пейоративной (или возвеличивающей — Т.К.) коннотацией и ослабленным денотативным компонентом, представляющие собой линейно свернутые негативные (или позитивные — Т.К.) мифы и используемые для дискредитации (или глорификации — Т.К.) социально и политически значимых объектов¹⁴.

Под идеологемой (идеологическим концептом) понимается сложно организованная семантическая единица, «семантическое гнездо»¹⁵, отсылающее к той или иной идеологии/представляющее ту или иную идеологию; комбинация дескриптивных и оценивающих значений, которая кратко передает определенное аксиологически окрашенное сообщение и отсылает имплицитно или эксплицитно к ценностным установкам того или иного политического субъекта¹⁶. Ярлык или глорификатор как идеологема может отсылать к нескольким дескриптивным зна-

¹² Наиболее примечательные контексты с исследуемыми единицами приводятся в оригинале с данным ниже переводом на русский язык, выполненным автором данной статьи. Если номинация и связанная с ней группа лексики не иллюстрируется примером, она дается в тексте в русском переводе с указанным в скобках польским выражением. Оригинальная польская номинация приводится также и тогда, когда между предлагаемым русским соответствием и польским наименованием имеются семантические расхождения.

¹³ А. П. Сквородников, *Экология русского языка*, Издательство Сибирского Федерального Университета, Красноярск 2016, с. 280.

¹⁴ А. П. Сквородников, *Политические ярлыки в современном русскоязычном медиадискурсе*, «Русская речь», №1, 2019, с. 50.

¹⁵ А. П. Романенко, *Образ ратора в советской словесной культуре*, Флинта, Саратов 2000, с. 75.

¹⁶ Е. В. Бакумова, *Ролевая структура политического дискурса*, диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук, Волгоград 2002, с. 7.

чениям, которые объединяются одной номинацией (ср. далее в тексте сложную семантику глаголика *великий политик*);

2) анализ лексики, сгруппированной вокруг данных номинаций в процессе текстовой семантической деривации;

3) реконструкция семантических презентаций имиджа.

Одним из понятий, которое будет использовано в настоящей работе, является понятие *имиджевого потенциала*, под которым будет пониматься совокупность реальных, присущих данной личности признаков / черт / особенностей, по-разному называемых в работах по имагологии: фасеты, измерения, домены, профили, параметры, тематические поля и проч.¹⁷. Они могут, но не обязательно должны актуализироваться в сознании получателей в виде определенных семантических презентаций. Как отмечает Александр Киклевич:

например, образ общественного деятеля может интерпретироваться с точки зрения таких фасетов, как <профессия>, <образование>, <национальность/происхождение>, <мировоззрение>, <семья> и т.д. Значение каждого фасета конкретизируется, например, фасет <национальность/происхождение> может конкретизироваться в виде значений [аристократ], [еврей], [из деревни], [юг Италии] и т.д.¹⁸.

Для разных объектов набор семантических презентаций может быть разным, например, при создании имиджа города используются такие измерения, как: «1) позиция города и его международный статус, 2) расположение, 3) потенциал, 4) душа (пульс города), 5) люди, 6) предварительные условия (касаются основных характеристик города, стандарта общественных объектов, условий жизни)»¹⁹. По отношению к общественным деятелям вообще и к политикам в частности нами были выделены следующие семантические презентации, составляющие его имиджевый потенциал: национальность/происхождение, образование, семейное положение/семья, уровень благосостояния, внешность, мировоззрение, черты характера, профессиональные качества, возраст, здоровье.

¹⁷ A. Kiklewicz, *Znaczenie w języku – znaczenie w umyśle. Krytyczna analiza współczesnych teorii semantyki lingwistycznej*, Centrum Badań Europy Środkowo-Wschodniej Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2012.

¹⁸ A. Kiklewicz, *Informacja semantyczna w dyskursie wizerunkowym* // T. Kananowicz, A. Klimkiewicz (ред.), *Porządek słów. Gramatyka. Tekst. Styl. Dyskurs. Księga jubileuszowa dedykowana Profesor Zoi Nowożenowej z okazji 45-lecia pracy naukowej*, Wydawnictwo UG, Gdańsk 2019, с. 215.

¹⁹ Там же, с. 217.

Как показал анализ избранных идеологем, используемых в политическом нарративе интересующих нас журналов²⁰, связанных с представлением семантики 'стиль правления' (*качи́зм vs система*), в их структуре Качиньски присутствует постоянно: как представитель категории МЫ — герой («Sieci»), и как представитель категории ОНИ — антигерой («Newsweek Polska»).

АНТИГЕРОЙ

Главный профиль, актуализируемый журналом «Newsweek Polska» в связи с фигурой Качиньского, — это стиль правления, называемый журналистами *качи́зм* или *качология*. Контексты, связанные с этим профилем, составляют 60%. Лексема *качи́зм* построена по образцу других негативно оцениваемых —измов (*фаши́зм, наци́зм*, в Польше также — *комму́низм*), которые нередко появляются в одном контексте, ср.:

Kaczyzm to bezprzykładne ataki na instytucje połączone z niemerytorycznymi atakami na sędziów. [...] I to za pomocą propagandy, która przypomina propagandę nazizmu i komunizmu. (rozmowa z L. Balcerowiczem, rozmawia R. Omachel, «Newsweek» 4/2017)

Качи́зм — это непозволительные атаки на учреждения, атаки на судей — не по существу [...] И это все — при помощи пропаганды, которая напоминает пропаганду нацизма и коммунизма²¹.

Часто в текстах журнала появляются и фамилии идеологов и представителей указанных режимов — Гитлера, Сталина, Гомулки, а также многочисленные аллюзии, намекающие на схожесть избранного Качиньским стиля правления с указанными выше преступными режимами, ср.:

Charakterystyczne, że Kaczyński nie mówi o «naszej wizji» czy o «wizji naszej partii». Mówi o swojej wizji. «Moja wizja» brzmi jak echo «mojej walki» innego dość znanego przywódcy, który też obalił republikę, by skończyły się rządy prawa, a zaczęła epoka jego własnych rządów, w których słowo wodza — Führerprinzip — znaczyło więcej niż jakiekolwiek pisane prawo.

Характерно и то, что Качиньски не говорит о «нашей концепции» или о «концепции нашей партии». Он говорит о своей концепции. «Моя кон-

²⁰ T. Kananowicz, *Walka ideologii na łamach tygodników «Newsweek Polska» i «Sieci»: kaczyzm vs układ*, «Język Polski» 2018, №4 (XCVIII), с. 38–46.

²¹ Rozmowa z L. Balcerowiczem, rozmawia R. Omachel, «Newsweek» 2017, №4.

цепция» напоминает «мою борьбу» другого достаточно известного вождя, который также сверг республику, чтобы закончить законовластие и начать эпоху своей власти, где слово вождя — *Führerprinzip* — значило больше, чем любой писанный закон²².

Таким образом, Качиньски — это прежде всего преступник. В некоторых контекстах эта семантика конкретизируется — появляются номинации *гангстер*, *главарь мафии* и проч.

Лексема *качология* отсылает, в свою очередь, к семантике ‘идеология одного человека’, которая в нарративе журнала разбивается на две составляющие: ‘идеология — идеолог’ и ‘один человек — единовластие’. Как идеолог **Качиньски ловок и эффективен**, ср.:

To jest przewaga Jarosława Kaczyńskiego nad innymi politykami. Bardzo sprytnie buduje system, który łączy retorykę narodową z katolicką i populistyczno-socjalną. Cokolwiek by o nim myśleć, trzeba przyznać, że jest ideologiem. I to skutecznym.

В этом преимущество Ярослава Качиньского по сравнению с другими политиками. Он ловко строит систему, которая объединяет национальную риторику с католической и популистско-социальной. Можно его считать кем угодно, но одно несомненно — он идеолог. Очень эффективный²³.

Сема ‘один человек — единовластие’ приводит к актуализации в нарративе журнала таких значений, как ‘диктатура’, ‘тирания’, ‘автократия’ с сопутствующими им номинациями *диктатор*, *тиран*, *автократ*. Последнему наименованию сопутствует наибольшее количество синонимов: *господин и властелин всех и вся* (*pan i władca wszystkiego i wszystkich*), *законодатель* (*prawodawca*), *правдодатель* (*prawdodawca*), *шансодатель* (*szansodawca*), *самодержец* (*jedynowładca*), *вождь* (*wódz*), *хозяин государства* (*właściciel państwa*). Фамилия Качиньского появляется уже в сопровождении другого ряда антигероев — Владимира Путина, Дональда Трампа, Виктора Орбана, Александра Лукашенко и др., ср.:

Zniszczenie niezawisłych sądów to decydujący krok na drodze do władzy autorytarnej. Tak było w Rosji Putina, na Węgrzech Orbana, w Turcji Erdogana, na Białorusi Łukaszenki, na Ukrainie za rządów prorosyjskiego prezydenta Janukowycza. Tak teraz ma być w Polsce Kaczyńskiego.

²² Т. Лис, «Newsweek» 2017, №2.

²³ М. Świąchowicz, «Newsweek» 2017, №8.

Разгром независимых судов — это решающий шаг на пути к авторитаризму. Так было в России Путина, в Венгрии Орбана, в Турции Эрдогана, в Беларуси Лукашенко, в Украине времен пророссийского Януковича. А сейчас так будет в Польше Качиньского²⁴.

В связи с семантикой единовластия часто актуализируется сема ‘свой, собственный, личный’, которая в дальнейшем в результате текстовой семантической деривации развивается в значения ‘капризный’, ‘вздорный’, ‘нестабильный’, ‘непредсказуемый’.

Как же выглядит Польша, полностью принадлежащая Качиньскому (*państwo Kaczyńskiego*)? Это «резиденция и исполнитель зла» (*siedziba i egzekutor zła*) (по Лису), а самодержец имеет в распоряжении «пропагандистскую армию под начальством Курского» (*ma propagandową armię pod dowództwem Kurskiego*), «карательные отряды ПиС» (*karne PiSowskie oddziały*) — Т. Лис/ «вооруженные боевые отряды, вдохновляемые идеологией» (*ożywiana ideologią bojówką*) — Цезары Михальски / своих солдат (*żołnierze*), а также своего «нотариуса в Бельведере» (*notariusz z Pałacu*) — Лис, Михальски. Его солдаты «некомпетентны, безответственны, непредсказуемы» (*niekompetentni, nieodpowiedzialni, nieprzewidywalni*) — Лис, 11/2017, у них «подлый характер и язык» (*nikczemny charakter i język*) — там же. Вместе с правительством они составляют преступную группировку, что-то вроде мафии, которая метафорически визуализируется в виде осьминога (спрута), см. обложку журнала 2018, №48.

Подводя итог политического профиля Качиньского, следует сказать, что по мнению журналистов «*Newsweek Polska*» мы имеем дело с преступным самодержцем, целью которого является расширение власти ПиС и собственного единовластия. Оформляющие этот профиль предикаты можно разделить на две группы: 1) действия Я. Качиньского по отношению к Польше (*разрушает* (*niszczy*), *распространяет ненависть, ксенофобию, антисемитизм, ненависть к женщинам и интеллигенции* (*szerzy nienawiść, ksenofobię, antysemityzm, nienawiść do kobiet i elit*), *презирает* (*gardzi*), *пренебрегает* (*lekceważy*), *игнорирует* (*ignoruje*), *тончет* (*depcze*), *уничтожает* (*wykańcza*), *громит* (*demoluje*); 2) действия по отношению к другим (*уничтожает* (*niszczy*), *атакует* (*atakuje*), *нападает* (*naciera*), *запугивает*

²⁴ С. Michalski, «Newsweek» 2017, №30.

(zastrasza), навязывает (narzuca), расправляется (wykańcza), форматировает (formatuje) и проч. В основе этих действий лежат фобии (fobie), злопамятность (resentymenty), комплексы (kompleksy). Поляки в Польше Качиньского испытывают стресс и фрустрацию, чувство нестабильности и страха (są sfrustrowani i zestresowani, mają poczucie niestabilności i strachu), они несчастливы и боятся новой власти (są nieszczęśliwi, zrozpaczeni i przestraszeni nową władzą).

Наибольшим смыслогенерирующим предикатом в этой части имиджа является глагол *разрушать / уничтожать* (niszczyć), служащий основой для дальнейшего профилирования. И здесь появляются такие номинации, как *вредитель* (szkodnik), *ломастер* (psuj) и проч., ср.:

Во Качор і jego ekipa to szkodniki. Niszczą Polskę.

Потому что Качор и его бригада — это вредители. Они разрушают Польшу²⁵.

To psuj. Wielki narodowy psuj. Mówimy, że jest inteligentny, czyta książki. No może i czyta, ale inteligentny człowiek nie niszczy dobra i piękna. Nie holduje brzydocie.

Это ломастер. Наш большой национальный ломастер. Говорят, он умный, книги читает. Может и читает, но умный человек не уничтожает добро и красоту. Не славит уродства [...] Пришло время пиццы с кровяной колбасой, христианского кебаба и деревни, которая отдает приказы городу. Пришло время мести [...]. Мести меньшинства, которое навязывает нам свое видение мира. И это видение нас ужасает, мы с ним не идентифицируемся, его ценности нам чужды. Из-за мести этот мир хочет поработить нас своей эстетикой²⁶.

Второй профиль, актуализируемый в связи с фигурой Качиньского, можно назвать метафизическим (15% контекстов). Он связан с широкой семантикой зла, принимающего разные формы: чистое зло без имени, мрак, дьявол, ср. названия статей: *Структура зла* (*Struktura zła*) — Лис, 2017, №9, *Дьявольское чувство бессилия* (*Diabelskie poczucie bezsilności* — интервью с Ольгой Токарчук, Александра Павлицка, 2017, №9), *Под руку с дьяволом* (*Pod rękę z diabłem*) — Лис, 2017, №25. В этом профиле можно поместить и такие «сверхъестественные» способности Качиньского, как умение гипнотизировать (поляков) — *гипнотизер* (*hipnotyzer*), а также *паразитическая способность мани-*

²⁵ R. Kim, *rozmowa z działaczkami*, «Newsweek» 2017, №8.

²⁶ *Wywiad z Korą, rozmawia A. Pawlicka*, «Newsweek» 2017, №7.

пулировать всеми вокруг — *манипулятор* (*manipulator*). Лексико-семантическое поле этого профиля организовано вокруг лексем и коллокаций *гипнотическое внушение*, *гипнотическое влияние* (*hipnotyczny wpływ*), *гипнотические мифы* (*hipnotyczne mity*), *низкие инстинкты* (*niskie instynkty*), *закрытое сознание* (*zamknięty umysł*), *фобии* (*fobie*), *фрустрации* (*frustracje*), *страхи* (*lęki*), *деление* (*podział*), *архетипическое чувство омерзения* (*archetypiczne uczucie obrzydliwości*) и проч.

Следующий профиль можно назвать личностным, поскольку он сосредоточен на чертах характера Качиньского (15% контекстов). Журналисты «Newsweek Polska», а чаще всего главный редактор — Томаш Лис, пытаются объяснить читателю, что происходит в голове Качиньского, каков он на самом деле, что он думает и чувствует, какие механизмы, связанные с его индивидуальными качествами, лежат в основе его действий. Здесь наиболее выразительно проявляется сема ‘мечь’: Качиньски представлен как болезненно мстительный человек, а власть нужна ему только затем, чтобы отомстить всем, кто когда-то его обидел. Первым в этом списке значится Дональд Туск, ср.:

Pan prezes nienawidzi Tuska i chce go pognębić, więc żołnierze pana prezesa stają na głowie, by Tuska zdezawuować i pognębić.

Председатель ненавидит Туска и хочет ему навредить, поэтому солдаты председателя делают все, чтобы Туска отстранить и ему навредить²⁷.

Дополнительная актуализируемая здесь семантика — это ‘мелочность’, ‘подлость’, ‘злопамятство’, а связывающие ее предикаты — это *помыкать* (*poniewierać*), *презирать* (*gardzić*), *унижать* (*upokarzać*), *низлагать* (*pognębiać*), *плевать* (*opluwać*), *вредить* (*szkodzić*), *подчинять* (*podporządkowywać*) и проч. Мстительность рассматривается здесь как патологическая черта характера, а Качиньски предстает как социопат, ср.:

Nie przez przypadek naczelnymi mścicielami PiS są ludzie nie do końca społecznie dostosowani. Pan Kaczyński potrafił po dziesięcioleciach wspominać, że goszczący go kiedyś Jacek Kuroń nie podał mu krzesła. [...] Cóż, trudno się dziwić, że wybitni przedstawiciele obecnej ekipy nadają jej charakter nieco socjopatyczny.

Не зря главные мстители Пис — это люди, не совсем приспособленные к функционированию в обществе. Качиньски мог спустя десять лет вспоминать, как Яцек Куронь не предложил ему присесть [...]. Что ж, неуди-

²⁷ Т. Лис, «Newsweek» 2017, №11.

ИМИДЖ ЯРОСЛАВА КАЧИНЬСКОГО...

вительно, что выдающиеся представители правящей команды придают ей несколько социопатический характер²⁸.

Повествование о социопатии Качиньского является плавным переходом к следующему профилю — состоянию его здоровья, в том числе психического (10%). На страницах журнала «*Newsweek Polska*» Качиньски регулярно описывается как психически больной человек: сумасшедший социопат, умалишенный мизантроп и проч. Эта семантика поддерживается лексемами: *застревания, больные видения, бред, помешательство, галлюцинации*, ср.:

Polityk musi mieć energię. [...] Energia to jest to, co porywa tłumy — może być cyniczna i szalona, jak u Trumpra czy Kaczyńskiego, ale to działa na ludzi.

У политика должна быть энергия. [...] Энергия подчиняет себе толпу. Она может быть циничной и безумной, как у Трампа или Качиньского, но это работает²⁹.

Chora wizja Jarosława Kaczyńskiego oczywiście w końcu przegra.

Болезненное видение ситуации Ярославом Качиньским конечно в конце концов проиграет. (Т. Лис, «*Newsweek*» 2/2017)³⁰.

Психическая болезнь может быть также причиной такого, а не иного стиля правления: таким образом последний профиль (здоровье) связывается с первым (политический), а читатель получает связный, заслуживающий доверия нарратив.

ГЕРОЙ

Как уже было сказано выше, в дискурсе журнала «*Sieci*» Качиньски является представителем категории МЫ — героем. По сравнению с журналистской риторикой «*Newsweek Polska*» здесь мы имеем дело с менее категоричным и намного более бедным нарративом. Наиболее выразительным профилем в данном случае, как и в предыдущем, является политический (90%), а его ядром — номинация *государственный муж/ выдающийся политик* (mąż stanu/ wybitny polityk), ср.:

²⁸ Там же.

²⁹ *Wywiad z Korą, rozmawia A. Pawlicka*, «*Newsweek*» 2017, №7.

³⁰ Т. Лис, «*Newsweek*» 2017, №11.

[Lech Kaczyński] był politykiem od dawna widzącym w swoim bracie bliźniaku męża stanu. Uważał, że w wielu wcześniejszych sporach to Jarosław miał rację, potrafił to szczerze przyznać. Oczywiście, bywało odwrotnie, ale w tej braterskiej relacji to Jarosław Kaczyński nakreślał zwykle bieżący kurs polityczny, oczywiście po rozmowach z Lechem. Kilka razy podkreślał: «Pamiętajcie, panowie, że to Jarosław ma ostatnie zdanie». Jarosław oczywiście oponował, ale warto ten cytat pamiętać.

Лех Качиньски был политиком, который с давних пор видел в своем брате-близнеце государственного мужа. Он считал, что во многих их давнишних спорах именно Ярослав был прав, — Лех умел это признавать. Конечно, бывало и наоборот, но в отношениях братьев именно Ярослав Качиньски обычно определял текущий политический курс, конечно, после разговора с братом. Лех несколько раз подчеркивал: «Помните, господа, последнее слово всегда остается за Ярославом». Ярослав, конечно, не соглашался, но стоит помнить эту цитату³¹.

Глорификатор *выдающийся политик*, относящийся к Качиньскому, включает в себя такие семантические составляющие, как: *революционер, реформатор, патриот, провидец, победитель*, а также — что интересно — *самодержец*. Как самодержец Качиньски *дает новые идеи и их реализует* (zgłasza i realizuje swoje pomysły), его идеи *реализует вся его «армия»*, он один *полностью осведомлен о том, что происходит в его партии и стране* (jako jedyny ma głęboką wiedzę o tym, co dzieje się w partii i w kraju), он *оказывает поддержку* (udziela poparcia), *защищает* (chroni), *охраняет* (broni), но также и *критикует* (krytykuje). Он *удерживает все механизмы власти в своих руках* (trzyma wszystkie sznurki władzy w swoim ręku), *расширяет сферу контроля над правительством* (rozszerza własne pole kontroli nad rządem), но при этом семантика единовластия связывается с авторитетом и доверием, которым лидер Пис неизменно пользуется у своих соратников и народа.

Подводя итог этого профиля, следует сказать, что по мнению журналистов «Sieci» целью Качиньского как выдающегося политика является *независимая (суверенная) декоммунизированная Польша, Польша для обычных поляков, знающая свою историю и понимающая свою идентичность*. Для достижения этой цели он *строит* (buduje), *перестраивает* (przebudowuje), *реформирует* (reformuje), *концентрирует* (skupia), *усиливает* (wzmacnia), *не хочет уничтожать и карать* (nie chce niszczyć i karać), *а хочет привести в равновесие* (chce zrównoważyć), за-

³¹ М. Karnowski, «Sieci» 2017, №27.

щищает (*chroni*), критикует (*krytykuje*), дисциплинирует (*dyscyplinuje*). Ему мешает оппозиция, которая провоцирует (*provokuje*), уничтожает (*niszczy*), подогревает эмоции (*podgrzewa emocje*), демонизирует (*demonizuje*), публично оскорбляет (*publicznie znieważa*), атакует (*atakuje*), и вообще помешалась на пункте лидера партии ПиС (**ma obsesję na jego punkcie**). Наиболее смыслогенерирующим предикатом в этом профиле является глагол *строить* (*budować*), позволяющий создавать одну из наиболее частых и емких метафор — *строителя, архитектора* (изменений к лучшему (*dobra zmiana*), победы и проч.), ср.:

Premier Kaczyński był architektem zwycięstwa Zjednoczonej Prawicy w ostatnich latach, ale w perspektywie ostatniego ćwierćwiecza widać też, że sformułował wyczerpujący i niezbędny dla Polski projekt ideowy, alternatywny wobec nieudolnego / nieudanego projektu III RP.

Премьер Качиньски был архитектором победы объединенных правых в последние годы, но с перспективы последних 15 лет видно и то, что ему удалось сформулировать исчерпывающий и обязательный идейный проект развития Польши, который стал альтернативой для неудачного проекта Третьей Речи Посполитой³².

На периферии этого профиля — при переходе к профилю, называемому нами личностным, — находятся те черты характера Качиньского, благодаря которым он может быть выдающимся политиком, это: справедливость, настойчивость, открытость, лидерские качества, последовательность, ср.:

Jarosław Kaczyński ma wielkie zasługi i odgrywa niezastąpioną rolę, ale jednocześnie szanuje tę różnorodność [poglądów w partii].

Заслуги Ярослава Качиньского велики, он незаменим, но одновременно он уважает разнообразие мнений в партии³³.

Jarosław Kaczyński walczył o naprawę wymiaru sprawiedliwości, zanim ja znalazłem się w życiu publicznym. Prezes Kaczyński nie cofnie się z drogi naprawy Rzeczypospolitej.

Ярослав Качиньски боролся за «починку» законодательной власти еще до того, как я стал государственным деятелем. Председатель Качиньски не сойдет с пути «ремонта» Речи Посполитой³⁴.

В личностном профиле (10%) появляются черты характера, которые характеризуют Качиньского как человека эмоционального, способного переживать сильные эмоции, но при этом уме-

³² Wywiad z A. Bielanem, rozmawiają bracia Karnowscy, «Sieci» 2017, №3.

³³ Wywiad z P. Glińskim, rozmawiają J. i M. Karnowscy, «Sieci» 2017, №37.

³⁴ Wywiad z Z. Ziobro, rozmawia J. Karnowski, «Sieci» 2017, №31.

ющего их сдерживать. Политик характеризуется как человек с чувством юмора и способностью к автоиронии, ср.:

Opozycyjni stratedzy o tym wiedzą. I właśnie dlatego wyraźnie zdecydowali, że nie ma ważniejszej rzeczy niż sprowokowanie władzy do użycia siły, i to takiego, które dałoby się przedstawić jako brutalne. To w ich optyce przełamałoby sytuację... to tu kryje się przyczyna eskalowania protestów wobec smoleńskich miesięcznic. Bo tu przecież emocje ludzi PiS i osobiście Kaczyńskiego są największe, tu ich nerwy znajdują się najbardziej na wierzchu... Tylko że jak na razie władza nie daje się sprowokować.

Оппозиционные стратеги знают об этом. И именно поэтому решили, что нет ничего важнее, чем спровоцировать власть на применение силы, которое можно было бы описать как жестокое. По их мнению, это привело бы к изменениям в расстановке сил... Именно в этом кроется причина обострения протестов, направленных против смоленских месячных годовщин. Потому что в этом случае эмоции членов партии ПиС и лично Качиньского — самые сильные, нервы оголены до предела... Но пока что власть не поддается на провокации.³⁵

В нескольких контекстах актуализируется также профиль *материальный статус* (Качиньски — небогатый человек), но это единичные случаи.

ВЫВОДЫ

Как следует из проведенного анализа, имидж политика представляет собой сложный семантический конструкт, состоящий из нескольких семантических презентаций (профилей), организованных вокруг опорных оценочных номинаций — ярлыков или глорификаторов. Семантическая структура имиджа Качиньского в дискурсах исследуемых журналов представлена в таблице ниже.

«Newsweek Polska»	«Sieci»
Политический профиль	
Преступник (как Гитлер и Сталин), гангстер, главарь преступной группировки (мафии)	Выдающийся политик: революционер, реформатор, патриот, провидец, победитель

³⁵ P. Skwieciński, «Sieci» 2017, №25.

ИМИДЖ ЯРОСЛАВА КАЧИНЬСКОГО...

Идеолог (как Путин, Трамп и др.), тиран, диктатор, популист, автократ, самодержец, вождь, хозяин государства	Идеолог, самодержец
Вредитель	Архитектор
Профессиональные качества	
—	Справедливость, настойчивость, открытость, лидерские качества, последовательность
Личные качества	
Мстительный, злопамятный, мелочный, закомплексованный	Эмоциональность, человечность, чувство юмора, самоирония
Метафизический профиль	
Ипостась зла, дьявол, гипнотизер, манипулятор	—
Состояние здоровья	
Социопат, мизантроп, сумасшедший	—

Наиболее развернутым в нарративах обоих журналов является политический профиль, характеризующий стиль правления Ярослава Качиньского и его как политика. Как следует из таблицы, даже в случае повторения некоторых профилей (например, личностного) их семантическое наполнение может оказаться совершенно противоположным. Повторяющиеся номинации (*автократ*) также не свидетельствуют о совпадениях на уровне дискурса. Говоря другими словами, Качиньски-автократ из «*Newsweek Polska*» — это совершенно не то же самое, что Качиньски-автократ из «*Sieci*». Таким образом, перед нами и перед читателями обоих изданий предстают два совершенно разных человека. Это, несомненно, многое говорит о глубине идеологического разлома в политическом дискурсе современной Польши.

Во-вторых, имиджетворческие стратегии в случае негативного и позитивного имиджа политика преследуют совершенно разные цели. Целью журналистов «*Newsweek Polska*» является дискредитация политического противника, поэтому выстраиваемый ими имидж направлен на пробуждении в читателе одной из сильнейших базовых эмоций — страха (ср. польск.

straszenie Kaczyńskim). Журналисты делают это очень умело, используя разнообразные лингвистические и текстовые стратегии: это богатые синонимические ряды номинаций с негативными коннотациями, неологизмы, аллюзии, текстовая семантическая деривация. В арсенал персуазивных средств журнала входят такие риторические приемы, как «мнение эксперта», «мнение большинства», использование таких речевых актов и жанров, как открытое обвинение, намек, памфлет. Связанная с имиджем Качиньского семантика внедряется в сознание читателя путем многократного повторения ярлыков и связанных с ними лексико-семантических групп в разных материалах одного номера и практически во всех номерах исследуемого периода.

С другой стороны, имидж Качиньского, создаваемый журналистами «Sieci», производит впечатление менее выразительного, плоского, даже, наверное, скучного. Единственным элементом, который оживляет этот статичный «памятник», является кот Качиньского (польск. 'Kot Kaczora'), перекочевавший из фан-группы на Фейсбуке в рубрику с одноименным названием в журнале. В целом же политический нарратив еженедельника, связанный с имиджем политика, выдержан в панегирическом духе, в нем используются такие речевые акты, как благодарность и похвала. Лингвистический арсенал средств заметно беднее. Также используется риторическая стратегия «мнение эксперта», но чаще всего таким экспертом относительно фигуры Качиньского является сам Качиньски (интервью, прямое цитирование фрагментов и целых текстов выступлений). Это, конечно, не в последнюю очередь связано с профилем читателя журнала, которого не следует убеждать в том, что Качиньски выдающийся политик. Более того, в публицистическом дискурсе образ врага и любых других негативных явлений всегда намного богаче образа друга и явлений позитивных. Тем не менее, журналисты «Sieci» проигрывают в этом отношении журналистам «Newsweek Polska».

BIBLIOGRAFIA

- Bakumova, Yelena V. *Rolevaya struktura politicheskogo diskursa*, dissertatsiya na soiskaniye uchenoy stepeni kandidata filologicheskikh nauk. Volgograd, 2002 [Бакумова, Елена В. *Ролевая структура политического дискурса*,

- диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Волгоград, 2002].
- Cichosz, Marzena. *(Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2003.
- Cwalina, Wojciech, Falkowski, Andrzej. *Marketing polityczny: perspektywa psychologiczna*. Sopot: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2006.
- Davyborets, Yelena N. *Formirovaniye imidzha lidera sovremennogo gosudarstva (na primere prezidentov Rossii i SSHA)*, dissertatsiya na soiskaniye uchenoy stepeni kandidata politicheskikh nauk. Sankt-Peterburg, 2008 [Давыборец, Елена Н., *Формирование имиджа лидера современного государства (на примере президентов России и США)*, диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук. Санкт-Петербург 2008].
- Jeziński, Marek. *Marketing polityczny a procesy akulturacyjne. Przypadek III Rzeczypospolitej*. Toruń: Wydawnictwo Dom Wydawniczy DUET, 2004.
- Kananowicz, Tatiana. "Ideologiczeshkaya bor'ba na stranitsakh zhurnalov *Newsweek Polska* i *Sieci*: liberal'naya transformatsiya vs liberal'naya revolyutsiya" ["Идеологическая борьба на страницах журналов *Newsweek Polska* и *Sieci*: либеральная трансформация vs либеральная революция"], *Przegląd Ruscystyczny* 2018, no. 4.
- Kananowicz, Tatiana. "Walka ideologii na łamach tygodników *Newsweek Polska* i *Sieci*: kaczymz vs układ." *Język Polski* 2018, no. 4.
- Kiklewicz, Aleksandr. *Znaczenie w języku — znaczenie w umyśle. Krytyczna analiza współczesnych teorii semantyki lingwistycznej*. Olsztyn: Centrum Badań Europy Środkowo-Wschodniej Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, 2012.
- Kiklewicz, Aleksandr. "Informacja semantyczna w dyskursie wizerunkowym". *Porzędek słów. Gramatyka. Tekst. Styl. Dyskurs. Księga jubileuszowa dedykowana Profesor Zoi Nowożenowej z okazji 45-lecia pracy naukowej*. Ed. Kananowicz, Tatiana. Klimkiewicz, Aleksandra. Gdańsk: Wydawnictwo UG, 2019.
- Klishin, Anatoliy V. *Obshchestvennoye mneniye kak faktor vyrabotki politicheskikh resheniy (na materiale sovremennykh ekologicheskikh problem)*, avtoreferat dissertatsii po politologii. Moskva, 1992 [Клишин, Анатолий В. *Общественное мнение как фактор выработки политических решений (на материале современных экологических проблем)*, автореферат диссертации по политологии. Москва, 1992].
- Pawelczyk, Piotr. "Narcownik — nowy typ wizerunku politycznego". *Środkowo-europejskie Studia Polityczne* 2012, no. 2.
- Romanenko, Andrey P. *Obraz ritora v sovet-skoj slovesnoy kul'ture*. Saratov: Flinta, 2000 [Романенко, Андрей П. *Образ ротора в советской словесной культуре*. Саратов: Фланта, 2000].
- Skovorodnikov, Aleksandr P. *Ekologiya russkogo yazyka*. Krasnoyarsk: Izdatel'stvo Sibirskogo federal'nogo universiteta, 2016 [Сковородников, Александр П. *Экология русского языка*. Красноярск: Издательство Сибирского Федерального Университета 2016].
- Skovorodnikov, Aleksandr P. "Politicheskiye yarlyki v sovremennom russkoyazychnom mediadiskurse". *Russkaya rech'* 2019, no. 1 [Сковородников, Александр П. "Политические ярлыки в современном русскоязычном медиадискурсе." *Русская речь* 2019, no. 1].
- Sladkevich, Zhanna. *Politicheskiiy fel'yeton v svete teorii rechevogo vozdeystviya*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2013 [Сладкевич, Жанна.

Политический фельетон в свете теории языкового воздействия. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2013].
Zuba, Krzysztof. *Polska scena polityczna: ciągłość i zmiana*. Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe, 2012.

Tatiana Kananowicz

WIZERUNEK JAROSŁAWA KACZYŃSKIEGO W DYSKURSIE POLITYCZNYM
POLSKIEJ PUBLICYSTYKI (NA MATERIALE TYGODNIKÓW OPINII)

Streszczenie

W artykule została przedstawiona semantyczna struktura pozytywnego i negatywnego wizerunku jednego z najbardziej popularnych polskich polityków ostatnich kilkunastu lat – Jarosława Kaczyńskiego – na materiale narracji politycznych dwóch konkurujących ze sobą tygodników opinii: „Newsweek Polska” i „Sieci”. Wizerunek w tym ujęciu jawi się jako złożony konstrukt semantyczny, składający się z co najmniej kilku prezentacji semantycznych, skoncentrowanych wokół tzw. etykiet (bazowych nominacji). Badane tygodniki przedstawiają dwa odmienne wizerunki Kaczyńskiego, stosując różnorodne środki lingwistyczne i tekstowe.

Tatiana Kananowicz

IMAGE OF JAROSŁAW KACZYŃSKI IN POLITICAL DISCOURSE OF POLISH
JOURNALISM (ON THE MATERIAL OF OPINION-BASED WEEKLIES)

Summary

In the article the author introduces the semantic structure of the positive and negative images of one of the most popular Polish politicians of last decades – Jarosław Kaczyński, on the basis of political narration of two competitive weeklies – “Newsweek Polska” and “Sieci”. Under this approach the image is defined as a complex semantic construction consisting of at least few semantic representations concentrated around labels (basic nominatios). Both weeklies present different images of the politician, using various linguistic and textual means.