



Кондратьева О. Н. Стратегии медиатизации юридических концептов в российских масс-медиа XXI века (на примере концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ) / О. Н. Кондратьева, Ю. С. Игнатова // Научный диалог. — 2021. — № 3. — С. 69—85. — DOI: 10.24224/2227-1295-2021-3-69-85.

Kondratyeva, O. N., Ignatova, Yu. S. (2021). Strategies for the Mediatization of Legal Concepts in Russian Mass Media of XXI Century (Concept LEGITIMACY). *Nauchnyi dialog*, 3: 69-85. DOI: 10.24224/2227-1295-2021-3-69-85. (In Russ.).



Журнал включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2021-3-69-85

Стратегии медиатизации юридических концептов в российских массмедиа XXI века (на примере концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ)

Кондратьева Ольга Николаевна orcid.org/0000-0001-9469-3634
доктор филологических наук,
профессор, Olnik25@mail.ru

Игнатова Юлия Сергеевна
orcid.org/0000-0002-3771-1346
магистрант,
ign976@mail.ru

федеральное государственное
бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Кемеровский государственный
университет»

(Кемерово, Россия)

Работа выполнена при финансовой
поддержке РФФИ, проект № 19-012-
00522 «Проблема легитимизации
в политическом дискурсе:
лингвоперсонологический аспект».

Strategies for the Mediatization of Legal Concepts in Russian Mass Media of XXI Century (Concept LEGITIMACY)

Olga N. Kondratyeva
orcid.org/0000-0001-9469-3634
Doctor of Philology, Professor,
Olnik25@mail.ru

Yulia S. Ignatova
orcid.org/0000-0002-3771-1346
Master's student
ign976@mail.ru

Federal State Budgetary Educational
Institution of Higher Education
“Kemerovo State University”

(Kemerovo, Russia),

This work was carried out with
the financial support of the Russian
Foundation for Basic Research, project
№ 19-012-00522 “The problem
of legitimization in political discourse:
linguo-personalological aspect”.



ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Рассматривается вопрос о роли массмедиа в процессах интерпретации и оценки различных фрагментов действительности. Поднимается проблема вхождения юридических концептов в медийный дискурс. Ставится задача изучения происходящих при этом изменений, приводящих в итоге к формированию новых концептуальных единиц — медиаконцептов. Обозначенная задача решается в процессе анализа одного из ключевых юридических концептов ЛЕГИТИМНОСТЬ. Продемонстрировано, что российские массмедиа существенно модифицируют каждую из трех составляющих юридического концепта, то есть медиавирус «вживляется» в понятийный, образный и ценностный слои, что позволяет говорить о трех стратегиях медиатизации: дефиниционной, метафорической и оценочной. Показано, что дефиниционная стратегия способствует появлению в понятийном слое концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ новых признаков ('доверие', 'одобрение', 'поддержка', 'уважение', 'справедливость', 'феномен сознания' и 'субъективное ощущение'). Отмечается, что метафорическая стратегия формирует дополнительно такие лингвокультурно-специфичные признаки, как 'дефектность' и 'объект политических манипуляций', оценочная стратегия придает положительно воспринимаемому концепту ЛЕГИТИМНОСТЬ негативную коннотацию (развиваются концептуальные признаки 'сомнительность' и 'мнимость'), что является тревожным маркером, отражающим сложившуюся в российском обществе ситуацию. Указывается, что зафиксированные изменения свидетельствуют о значимости дискурсивного фактора в исследовании концептов.

Ключевые слова:

медиатизация; медиаконцепт; юридический концепт; легитимность.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

The role of mass media in the processes of interpretation and assessment of various fragments of reality is discussed in the article. The problem of the entry of legal concepts into the media discourse is raised and the task is set to study the changes occurring in this process, which ultimately lead to the formation of new conceptual units — media concepts. The designated task is solved in the process of analyzing one of the key legal concepts LEGITIMACY. It has been demonstrated that the Russian mass media significantly modify each of the three components of the legal concept, that is, the media virus is "implanted" into the conceptual, figurative and value layers. It allows us to speak of three strategies of mediatization: definitional, metaphorical and evaluative. It is shown that the definitional strategy contributes to the emergence of new features in the conceptual layer of the LEGITIMACY concept ('trust', 'approval', 'support', 'respect', 'fairness', 'the phenomenon of consciousness' and 'subjective feeling'). It is noted that the metaphorical strategy additionally forms such linguo-culturally specific features as 'defectiveness' and 'object of political manipulation', the evaluative strategy gives the positively perceived concept of LEGITIMACY a negative connotation (conceptual signs of 'doubtfulness' and 'imaginary' develop), which is an alarming marker reflecting the current situation in Russian society. It is pointed out that the recorded changes indicate the importance of the discursive factor in the study of concepts.

Key words:

mediatization; media concept; legal concept; legitimacy.



Стратегии медиатизации юридических концептов в российских массмедиа XXI века (на примере концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ)

© Кондратьева О.Н., Игнатова Ю.С. 2021

1. Введение

Для современных средств массовой информации главным становится не столько информирование, сколько комментирование и интерпретация, во многом определяющиеся корпоративной политикой издания. По метафорическому высказыванию Д. Рашкоффа, при подобном подходе к здоровому информационному гену прикрепляется медиавирус, несущий модифицированную информацию [Рашкофф, 2003]. В итоге массмедиа оказывают воздействие не только на сознание читателей, но и на различные сферы общественной жизни, то есть происходит медиатизация — «процесс качественных изменений социальных коммуникаций, вызванный воздействием медиа, которые из институции, отражающей жизнь, становятся фактором, определяющим существенные моменты жизни общества и современной личности» [Шмелёва, 2015, с. 145—146].

Массмедиа имплицитно влияют на различные виды дискурсов: политический, экономический, медицинский, юридический и др. В связи с этим медиатизация приобретает стилистическую значимость, так как области взаимодействия медиадискурса с иными институциональными дискурсами создают особую стилистическую ситуацию: «В пространстве медиадискурса сосуществуют контексты из различных сфер деятельности. Но все эти контексты не просто сосуществуют как фрагменты внешнего мира — в едином пространстве медиадискурса фрагментарность внешней жизни преобразуется в целостный медиамир, в котором различные контексты призваны усиливать его достоверность, его реальность» [Клушина, 2014, с. 68].

Способность медиадискурса влиять на семантику отдельных лексем неоднократно отмечалась российскими исследователями [Валгина, 2003; Вепрева, 2005; Клушина, 2014 и др.]. Более того, медиадискурс способен превращать термины в медиаконцепты, «окружив слово новыми контекстами и усложнив его смысловую структуру» [Силанова, 2016, с. 6], а сформировавшиеся в иных институциональных видах дискурса концепты при попадании в медиасреду также существенно усложняют свою



концептуальную структуру, «обрастают» новыми смыслами и оценками, превращаясь тем самым в медиаконцепты, что позволяет говорить и о концептуальной значимости процесса медиатизации.

Цель предлагаемой статьи — рассмотреть механизмы «вживления медиавируса» в структуру юридических концептов, иными словами, исследовать способы трансформации юридического концепта в юридический медиаконцепт, проанализировав стратегии медиатизации, используемые при этом современными российскими средствами массовой коммуникации.

Для достижения обозначенной цели проведено исследование юридического концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ в российском медиадискурсе XXI века. Материалом исследования послужили тексты российских массмедиа, извлеченные из «Национального корпуса русского языка» (2000—2018), а также данные портала «Медialogия» (2018—2020). Всего проанализировано 1637 контекстов, содержащих основной репрезентант исследуемого концепта — юридический термин *легитимность*.

Выбор для исследования концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ обусловлен рядом факторов. Во-первых, легитимность — важнейший показатель состояния правовой системы общества, что определяет интерес к феномену легитимности специалистов в области права, политологии, социологии, философии, истории, а с относительно недавних пор — и лингвистов [Сар, 2005; Doudaki, 2015; Liguori et al., 2017; Голубева, 2016; Колмогорова, 2018; Савельева, 2019 и др.].

Во-вторых, надо отметить неоднозначное понимание термина *легитимность* в пределах «родного» для него юридического дискурса. Отсутствие единого подхода к пониманию легитимности объясняется тем, что она «проявляется комплексно: в доверии к нормам, в законодательном подтверждении прав, в правовой подотчетности власти, в идеологической прозрачности (оправданности верованиями) и в исполнении взятых на себя обязательств» [Завершинский, 2001, с. 130]. В итоге легитимность зачастую отождествляется с легальностью, что несколько искажает юридическую однозначность и приводит к конфликту интерпретаций.

В-третьих, концепт ЛЕГИТИМНОСТЬ достаточно свободно проникает в иные виды дискурсов — бытовой, политический, медийный, в итоге «со временем юридическая интерпретация утрачивает тотальное влияние на дефиницию легитимности» [Ромашова, 2013, с. 393]. Например, как отмечает российский политолог и журналист В. М. Коровин, в политическом дискурсе репрезентирующий изучаемый юридический концепт термин *легитимность*, «судя по тому, как его применяют наши политологи, *сливается воедино в нечто связанное с законностью*, некоторое интуитивное подразумевание, что всё прошло в рамках установленных правил <...>



Вот именно такое, *в некотором смысле, бытовое смысловое смещение скрывает от нас подлинный смысл понятия легитимность* (выделено нами. — О. К., Ю. И.) [Коровин, 2019]. Еще более существенные изменения концепт ЛЕГИТИМНОСТЬ приобретает в медийном дискурсе, что и делает его благодатным материалом исследования.

2. Стратегии медиатизации юридического концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ в современном российском медиадискурсе

Проведенное исследование позволило констатировать, что российские массмедиа в публикациях, посвященных проблеме легитимности, посредством использования определенного набора коммуникативных стратегий и тактик, а также с помощью языковых средств существенно модифицировали каждую из трех составляющих юридического концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ, то есть «медиавирус вживлялся» в понятийный, образный и ценностный слои исследуемого концепта, формируя тем самым новый медиаконцепт. Под медиаконцептом мы вслед за Н. В. Орловой понимаем «вербально-ментальный феномен особого рода, отличающийся медийной <...> природой, вошедший в мирознание носителей языка с началом формирования информационного общества и ставший средством ментально-психологической и эмоциональной адаптации к новой реальности» [Орлова, 2014, с. 12].

Соответственно, в зависимости от зоны медиавоздействия можно выделить три стратегии медиатизации: дефиниционную (видоизменяющую понятийный слой), метафорическую (воздействующую на образный слой) и оценочную (модифицирующую ценностную составляющую концепта).

2.1. Дефиниционная стратегия

Названная стратегия медиатизации ориентирована на выявление корреляции между содержанием языковой единицы (репрезентанта концепта) и отображаемой реальностью. В процессе дефинирования происходит расчленение эксплицируемого содержания, перечисление концептуальных признаков. Российские массмедиа в материалах, посвященных теме легитимности, попутно дают определения данного явления, стремясь вскрыть его специфику. Зачастую предлагаемые дефиниции существенно отличаются от содержащихся в словарях, что приводит к трансформации юридического концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ в одноименный медиаконцепт. Сопоставим дефиниции легитимности в юридических словарях и российских массмедиа.

В «Энциклопедии юриста» легитимность определяется следующим образом: «обязательный признак законной власти любого цивилизованного государства, обозначающий признание ее как внутри страны, так и на международной арене» [Энциклопедия юриста, 2005]. Таким образом,



в юридической дефиниции легитимности центральными являются семы 'законность' и 'признание'.

Схожее определение представлено в «Большом юридическом словаре», трактующем легитимность как «политико-правовое понятие, означающее положительное отношение жителей страны, больших групп, общественного мнения (в т. ч. и зарубежного) к действующим в конкретном государстве институтам власти, признание их правомерности» [Большой юридический словарь, 2014]. В данном случае дополнительно акцентируется внимание на функционировании термина на стыке двух институциональных сфер — юридической и политической.

В похожем ключе интерпретируют легитимность современные российские массмедиа: *А легитимность — это не только законность власти, это еще и признание за властью права распоряжаться и руководить страной* (Kazanfirst.ru, 2017) [НКРЯ]; *Легитимность — это признание политической системы. Признания политической системы всем обществом все равно не будет* (Комсомольская правда, 2012) [Там же]; *Легитимность — это когда люди признают определенный порядок и подчиняются ему, полагая, что он справедлив* (Известия, 2004) [Там же]; *Легитимность — это добровольное признание народом права власти на власть* (Агентство политических новостей, 2011) [Там же]. В массмедиа также присутствуют определения легитимности, основанные не только на юридических, но и на религиозных законах: *Что касается понятия «легитимности», то по большому счёту легитимно лишь то, что не противоречит Закону Божию* (Русская народная линия, 2020) [Медиалогия].

Однако при этом представители массмедиа обращают внимание на то, что на современном этапе понятие легитимности выходит за границы правовой сферы: *Легитимность — это не только правовое, но и ментальное понятие* (Труд-7, 2007) [НКРЯ]; *Легитимность — категория не юридическая, это категория массового сознания* (Новый регион 2, 2004) [Там же]; *Легитимность — это же не просто скрупулёзное следование букве закона* (Весьма, 2018) [Медиалогия].

В приведенных выше определениях также эксплицируется роль сознания в формировании представлений о легитимности (ср. *ментальное понятие и категория массового сознания*). Аналогичную характеристику находим в следующей дефиниции: *Легитимность власти — это феномен нашего сознания, это социопсихологическая категория, отражающая, насколько народ считает власть справедливо занимающей ее место* (Эхо Москвы, 2018) [Медиалогия].

Подобные дефиниции, с одной стороны, подчеркивают значимость осознания в феномене легитимности, с другой стороны, создают эффект раз-



мытости и субъективности характеризуемого понятия, сводя его к некоему субъективному ощущению: **Легитимность** — это преобладающее в обществе почти метафизическое ощущение, что тот или иной человек (или группа людей) справедливо и по полному праву управляют всеми остальными (Хартия 97, 2018) [Медиалогия]; **Понимаете, легитимность** — это ощущение. Если Путин получит больше, чем он получил в 12-м году, конечно, это будет плохо (Эхо Москвы, 2018) [Там же]; **Легитимность** — это не механическое явление, а скорее иррациональное, лежащее на уровне ментальности, скрытых механизмов восприятия, которые у разных народов складываются по-разному (Родина на Неве, 2019) [Там же].

Подобная ситуация приводит к появлению в определении легитимности дополнительных, неюридических признаков, к числу которых относятся ‘согласие’, ‘поддержка’, ‘доверие’, ‘одобрение’, ‘уважение’ и ‘справедливость’.

Важным аспектом легитимности, акцентируемым в современных российских массмедиа, является согласие граждан с деятельностью представителей власти, и зачастую этот признак становится даже более значимым, чем исконный юридический признак ‘законность’: **И легитимность** — это не легальность, законность — это, прежде всего, согласие (КМ.ru, 2020) [Медиалогия]; **Легитимность** — это ведь не соответствие кем-то где-то написанным непонятым и часто неизвестным людям законам. **Легитимность** — это когда люди понимают, на каком основании они должны соблюдать установленные правила, кто устанавливает правила. **И согласны с тем, что именно эти люди — да, имеют право правила устанавливать** (ForPost, 2020) [Там же]; **В этом и заключен смысл легитимности — согласия народа с властью** (Выбор народа, 2020) [Там же].

Также легитимность в современных массмедиа регулярно оказывается сопряжена с доверием: **Легитимность** — это доверие со стороны общества как к избирательной системе в целом, так и к результатам конкретных выборов (Вечерняя Рязань, 2018) [Медиалогия]; **Мероприятие прошло легитимно, а легитимность — это фактор доверия. Ключевое в голосованиях, выборах — это доверие, то есть легитимность** (Говорит Москва, 2020) [Там же].

Ещё одной значимой характеристикой легитимности, не зафиксированной в юридическом дискурсе, является одобрение народом деятельности политиков: **Но легитимность** — это прежде всего одобрение народом (Orengrad.ru, 2020) [Медиалогия]; ... **легитимность** — это степень одобрения этой политики (Русская планета, 2013) [НКРЯ]; **Это государство уже получило высшую степень легитимности — одобрение своего народа** (Агентство политических новостей, 2011) [Там же].



Логическим продолжением согласия с действующей властью и одобрения ее деятельности становится поддержка. И чаще всего (в связи с тем, что наиболее частотным объектом легитимности выступают политические процессы) это поддержка обществом власти: *Легитимность в моём понимании — это уровень общественной поддержки* (НикВести, 2018) [Медиалогия]; *Легитимность — это же не просто скрупулёзное следование букве закона. Если на выборы пришло, к примеру 30 % избирателей, то формально такая власть законна. Но велика ли степень её поддержки?* (Весьма, 2018) [Там же]; *А вот легитимность — это такая незримая поддержка, одобрение со стороны масс того, что делает власть* (pravda.ru, 2019) [Там же]; *Легитимность — это мера народной поддержки* (Независимая газета, 2010) [НКРЯ].

Достаточно часто при дефинировании легитимности акцентируется внимание на такой значимой для русской лингвокультуры этической характеристике, как справедливость. В некоторых случаях данный признак упоминается в одном ряду с законностью, отмечается, что власть должна быть не только законной, но и справедливой: *Потому что легитимность — это законность и справедливость чего-то в чьих-то глазах* (ТАСС, 2014) [НКРЯ]; *Легитимность власти — это ... насколько народ считает власть справедливо занимающей ее место* (Эхо Москвы, 2018) [Медиалогия]; *Легитимность — это юридическая законность и социальная справедливость* (Радио свобода, 2013) [НКРЯ].

Периферийным признаком понятийного слоя медиаконцепта ЛЕГИТИМНОСТЬ в российском медиадискурсе становится уважение: *А легитимность, признание и уважение большинства — это залог легитимности главы государства в России, как и залог легитимности системы власти в целом* (Actualpolitics.ru, 2018) [Медиалогия]; *Сила и уважение к власти — это легитимность всех решений, от момента их принятия до исполнения* (ФедералПресс, 2012) [НКРЯ]; *Это неготовность считать ее властью, которая заслуживает подчинения и уважения, — то, что называют потерей легитимности* (Газета.ru, 2016) [Там же].

Приведенные дефиниции, представленные в российских массмедиа, убедительно демонстрируют расширение понятийной составляющей юридического концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ. Так, помимо традиционных для юридического дискурса признаков ‘законность’ и ‘признание’, в ядерную зону структуры медиаконцепта входят признаки ‘согласие’, ‘доверие’, ‘одобрение’, ‘поддержка’, в периферийную — ‘уважение’, ‘справедливость’, ‘феномен сознания’ и ‘ощущение’.

Большинство новых признаков, с одной стороны, коррелирует с признаком ‘признание’, но не тождественны ему: можно признавать власть,



но не обязательно при этом уважать и одобрять ее, считать ее действия справедливыми и тем более активно поддерживать ее.

Таким образом, в процессе формирования медиаконцепта происходит расширение понятийной составляющей исходного концепта, при этом объективный по своей природе концепт дополняется оценочностью, в результате важнейшее понятие юридической сферы приобретает достаточно субъективный характер. Эта новая субъективность, намеченная в понятийном слое, получает дальнейшее развитие в образном и оценочном слоях медиаконцепта.

2.2. Метафорическая стратегия

Данная стратегия медиатизации направлена на модификацию и трансформацию образной составляющей концепта. На языковом уровне образный слой медиаконцепта формируется при помощи экспрессивно-эмоциональных средств языка, наиболее эффективным среди которых является метафора как способ интерпретации и оценки, а потому активно задействованная массмедиа в процессе формирования определенного отношения общества к разнообразным объектам действительности.

Анализ метафорических репрезентаций медиаконцепта позволяет выявить взаимосвязи между метафорами и факторами, обусловившими их востребованность. Выбор из всего богатства метафорического инструментария определенной метафорической модели позволяет массмедиа имплицитно передать отношение издания к легитимности, актуализировать в сознании читателей соответствующий эмоциональный фон, сформировать отношение к обсуждаемой проблеме.

В процессе медиатизации юридического концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ в российском медиадискурсе чаще всего используются метафоры, восходящие к сферам-источникам «строительство», «экономика», «игра» и «гастрономия».

Строительные метафоры. Основополагающий характер легитимности, ее значимость для функционирования государства демонстрируется посредством строительной метафоры. Наиболее активно для этой цели задействованы в переносном значении лексемы *фундамент*, *основа* и *опора*: **Легитимность — это фундамент любой власти, любого политического действия** (ИА REX, 2017) [НКРЯ]; *Законы, госпрограммы, депутаты и чиновники — это кирпичики, из которых строится здание власти. Но без прочного фундамента строение рано или поздно рухнет. Какими бы классными ни были стены, крыша или внутренняя отделка. Фундамент власти — это легитимность* (МК в Кузбассе, 2011) [Там же]; *Эксперты посмели усомниться в легитимности — одной из несущих опор современной российской государственности* (Ведомости, 2013) [Там же].



Показательно, что в современных российских публикациях строительная метафора, традиционно обладающая позитивной созидательной семантикой, используется преимущественно в своем деструктивном варианте. Востребованными при медиатизации концепта ЛЕГИТИМНОСТЬ оказываются строительные метафоры, обладающие негативным прагматическим потенциалом и представляющие легитимность как разрушающееся строение. В метафорическом значении выступают лексемы *разрушение, обрушение, обвал* и др.: *Нельзя допускать дальнейшего разрушения легитимности государства, ещё большего его отрыва от граждан России* (Новые известия, 2020) [Медиалогия]; *Он выполняет западный заказ по разрушению легитимности существующей власти и политической системы* (ФАН, 2017) [НКРЯ]; *На деле — полное обрушение основ путинской легитимности* (Красная строка, 2016) [Там же]; *Речь идет об обрушении легитимности российских границ в случае, если Южные Курилы отойдут японцам* (РБК daily, 2008) [Там же]; *Режиму надо срочно поднять собственную легитимность, пошатнувшуюся после думских и президентских выборов* (Радио свобода, 2012) [Там же].

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ. На страницах российских массмедиа XXI века легитимность регулярно представляется в качестве объекта товарно-денежных отношений, то есть в виде товара: *Одного нельзя сделать в глобальном супермаркете — купить легитимность, этот товар там не продается* (Polit.ru, 2011) [НКРЯ].

При характеристике легитимности в метафорическом значении выступает не только лексема *товар*, но и глаголы, обозначающие различные аспекты товарно-денежных отношений: *продать, купить, обменять* и др.: *Эти режимы не просто покупают оружие, они также покупают политическую поддержку и легитимность* (Правда, 2016) [НКРЯ]; *Нужно превратиться в легитимного для Запада лидера, купив эту легитимность невиданной доселе игрой на антироссийской струне* (Украина.ру, 2020) [Медиалогия]; *Это все результаты политической международной коррупции путинской ОПГ, которая пытается купить себе легитимность* (Факты и комментарии, 2020) [Там же].

Посредством экономических метафор легитимность также представляется в виде финансов, а процессы легитимизации и делегитимизации описываются в СМИ как различные финансовые операции, например, обесценивание легитимности в метафорической интерпретации отождествляется с девальвацией: *Произошло открытое публичное обсуждение законности высоких результатов «Единой России», девальвация легитимности института выборов в Российской Федерации* (Сибкайр.ру, 2011) [НКРЯ]. Изменения в мире политики, оцениваемые массмедиа с точки зрения их ле-



гитимности или нелегитимности, регулярно сопоставляются в российской прессе с конвертированием валюты: *И легитимность производная была им конвертирована в фактическую. Но, как оказалось, не навсегда* (ВНовгороде.ру, 2017) [НКРЯ]; *Поэтому является ли он легитимным президентом, сегодня не имеет значения, потому что эту легитимность нельзя во что-то конвертировать* (Русская служба новостей, 2014) [Там же].

Легитимность государственных органов власти отождествляется с кризисом в экономической сфере, а также регулярно отмечается дефицит легитимности. Метафоры подобного плана актуализируют нарушения правомерности и легитимности: *Доверие к выборам и их результатам довольно низкое, и значительная часть избранных органов власти испытывает дефицит легитимности* (Московский комсомолец, 2020) [Медialogия]; *Национализм расцветает тогда, когда для него создаются благоприятные условия — дефицит демократической легитимности ...* (Независимая газета, 2018) [НКРЯ]; *Серьезному дефициту легитимности российских элит как минимум 20 лет* (REGNUM, 2013) [Там же].

ИГРОВЫЕ МЕТАФОРЫ. В современных российских массмедиа легитимность выступает в качестве атрибута карточной игры, становится объектом разнообразных не вполне законных манипуляций: *Не удалось разыграть карту легитимности нового руководства республики* (Комсомольская правда, 2003) [НКРЯ]; *Самое опасное здесь — соблазн сыграть на легитимности новой власти* (Комсомольская правда, 2003) [Там же]; *И на сегодняшний день свою партию, на кону которой стоят народное доверие и пресловутая легитимность, обитатели протестных трибун, похоже, проиграли* (Московский комсомолец, 2012) [Там же].

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ. В рамках данной метафорической модели легитимность представляется российскими массмедиа как некачественный продукт или несвежее блюдо, тем самым подчёркивается неидеальное состояние легитимности на современном этапе развития общества: *Глава президентской республики, обладающий при этом легитимностью второго сорта, сталкивается с многими проблемами* (Известия, 2007) [НКРЯ]; *Но легитимность столичного парламента тоже второй свежести* (ИА Альтаир, 2019) [Медialogия]; *Легитимность второй свежести: к итогам выборов в Москве и Петербурге* (SeldonNews, 2019) [Там же].

Таким образом, большая часть метафор указывает на дефектное состояние легитимности (*разрушенное строение* или *несвежее блюдо*), а также на различные манипуляции, связанные с легитимностью власти в стране (метафоры *товара* и *карточной игры*), что свидетельствует о вживлении в структуру юридического концепта новых концептуальных признаков: 'дефектность' и 'объект политических манипуляций'. В итоге создается



достаточно негативный образ современного состояния российской легитимности.

2.3. Оценочная стратегия медиатизации

Указанная стратегия связана с изменениями ценностного слоя концепта и имеет особую значимость для медиадискурса, поскольку социальная оценочность традиционно называется одной из его основных стилевых особенностей. Транслируемая национальными массмедиа «в эксплицитной или имплицитной форме оценка способна формировать и регулировать отношение общества к освещаемым феноменам» [Кондратьева, 2016, с. 41].

Оценочный характер медиаконцепта ЛЕГИТИМНОСТЬ фиксируется уже на стадии дефинирования (легитимность оценивается с позиций справедливости, одобрения, уважения и т. д., то есть речь идет об этической оценке). Помимо этого, представители массмедиа прямо говорят об оценочной природе феномена легитимности и о ее субъективности: *Потому что легитимность — штука оценочная (хотя и измеряемая), а законность — это триггер* (Новые известия, 2018) [Медиалогия]; *У нас нет в законе — не связана явка с легитимностью, это понятие такое субъективное, оценочное* (РИА Новости, 2018) [НКРЯ]; *В глазах наблюдателя легитимность — более призрачный и субъективный критерий, нежели “законность”* (Око планеты, 2014) [Там же].

Сам по себе феномен легитимности, предполагающий законность и признание основных политических и социальных институтов, безусловно, оценивается положительно. Языковыми маркерами подобных оценок выступают прилагательные и наречия *хороший / хорошо, важный / важно, значимый / значимо* и др.: *Одна из самых важных вещей в политике — это легитимность* (АС Радио свободы, 2018) [Медиалогия]; *Легитимность власти — это самое важное, что вообще существует в строении государства* (Novaukraina.org, 2018) [Там же]; *Легитимность — это хорошо, нужно больше, чтобы люди ходили на выборы* (REGNUM, 2018) [Там же]; *Легитимность — важнейший показатель состояния правовой системы общества* (Журнал правовых и экономических исследований, 2017) [НКРЯ].

Однако российская легитимность на данном этапе развития общества оценивается достаточно негативно, в частности, ее главной характеристикой в российских массмедиа является сомнительность, что определяется особенностями политической и социальной ситуации в обществе, то есть в данном случае можно говорить о лингвокультурной специфике медиаконцепта. На языковом уровне данный признак реализуется с помощью лексемы *сомнительный*, глаголов *сомневаться*, словосочетаний с суще-



ствительным *сомнение* и фразеологизма *высосать из пальца*: ... *можно будет говорить о сомнительной легитимности выборов* (Независимая газета, 2019) [Там же]; *Критика выборов может заставить россиян сомневаться в легитимности всех победивших кандидатов вне зависимости от партийной принадлежности* (ТАСС, 2019) [Там же]; *Сомнения в легитимности власти стали детонатором социально-политического противостояния* (Независимая газета, 2019) [Там же]; *Даже если удастся провалить того же Кожеемяко, то никто не будет воспринимать его как свободно избранного, это будет высосанная из пальца легитимность* (Ведомости, 2018) [НКРЯ]. Из приведенных примеров видно, что качеством сомнительности наделяется легитимность целого ряда объектов: власти, режима, результатов выборов, кандидатов, — то есть можно говорить о некоем системном кризисе российской легитимности.

Подобная негативная оценка легитимности также создается посредством использования прилагательных *призрачный, иллюзорный, мнимый, фальшивый* и др.: *Путем использования ничего не подозревающих лиц, имеющих хорошую репутацию, достигается иллюзорная легитимность и беспристрастность мероприятий* (REGNUM, 2010) [НКРЯ]; ... *нынешнее поколение «адептов лоялизма» со своей мнимой «легитимностью» достигло по уровню лицемерия сторонников Явлинского* (Росинформбюро, 2017) [Там же]; *Именно вопрос явки сейчас и является ключевым для Смольного: если на участки придут менее 10 % горожан, то Полтавченко не будет обладать даже призрачной легитимностью* (АПН «Северо-Запад», 2014) [Медиатека]; *Многие считают, что проект на самом деле «мертвый» и призван лишь создавать фальшивую легитимность тем или иным решениям мэрии и Мосгордумы* (Газета.Ru, 2019) [Там же].

4. Выводы

Медиадискурс, обладающий огромным воздействующим потенциалом, обогащает попадающие в его пределы концепты, усложняет их концептуальную структуру, порождает ее многочисленные модификации и трансформации, затрагивающие все три составляющие (понятийную, образную и ценностную), формируя в итоге новый медиаконцепт. Юридический концепт ЛЕГИТИМНОСТЬ также претерпевает подобные изменения.

Исследование показало, что в российском медиадискурсе зафиксировано три стратегии, используемых в процессе медиатизации феномена легитимности: дефиниционная, метафорическая и оценочная, — каждая из которых обогащает и видоизменяет соответствующую составляющую концептуальной структуры: дефиниционная — понятийную, метафорическая — образную, оценочная — аксиологическую.



Дефиниции легитимности в массмедиа содержат большее количество признаков, чем лексикографические источники. В юридических словарях нами были выявлены концептуальные признаки ‘законность’ и ‘признание’, в медиадискурсе ядерную зону пополняют новые признаки ‘согласие’, ‘доверие’, ‘одобрение’, ‘поддержка’, также формируются периферийные признаки — ‘уважение’, ‘справедливость’, ‘феномен сознания’ и ‘субъективное ощущение’.

Метафорическая стратегия медиатизации позволяет эксплицировать основные характеристики легитимности и дать ее оценку. Образные признаки легитимности, репрезентируемые посредством метафорической стратегии, включают в свой состав такие лингвокультурно-специфичные признаки, как ‘дефектность’ и ‘объект политических манипуляций’, отражая сложившуюся на данный момент, по мнению авторов медиатекстов, в российском обществе ситуацию.

Положительно оцениваемый по своей природе концепт ЛЕГИТИМНОСТЬ в современном российском медиадискурсе приобретает негативную оценочность (развиваются концептуальные признаки ‘сомнительность’ и ‘мнимость’), что является тревожным маркером, требующим внимания политической и социальной элиты страны.

Таким образом, термин *легитимность* и стоящий за ним юридический концепт претерпевают в российском медиадискурсе существенные модификации, что свидетельствует о значимости дискурсивного фактора в исследовании терминологии и концептологии.

Источники и принятые сокращения

1. *Большой юридический словарь* [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа : <https://determiner.ru/slovari/bolshoi-yuridicheskii-slovar1.html> (дата обращения 22.10.2020).
2. *Медиадиалогия* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.mlg.ru> (дата обращения 22.10.2020).
3. НКРЯ — *Национальный корпус русского языка* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://ruscorpora.ru/new> (дата обращения 22.10.2020).
4. *Энциклопедия юриста* [Электронный ресурс]. — 2005. — Режим доступа : <https://www.rulit.me/books/enciklopediya-yurista-read-288260-411.html> (дата обращения 22.10.2020).

ЛИТЕРАТУРА

1. *Валгина Н. С.* Активные процессы в современном русском языке : учебное пособие для студентов вузов / Н. С. Валгина. — Москва : Логос, 2003. — 304 с. — ISBN 5-94010-092-9.
2. *Вепрева И. Т.* Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху / И. Т. Вепрева. — Москва : Олма-Пресс, 2005. — 384 с. — ISBN 5-224-05307-2.



3. *Голубева Т. М.* Лингвистические параметры стратегии легитимизации Евросоюза и делегитимизации Б. аль-Ассада в британском политическом дискурсе / Т. М. Голубева // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия : Филология. Журналистика. — 2016. — Т. 16. — Выпуск 4. — С. 392—396.

4. *Завершинский К. Ф.* Легитимность : генезис, становление и развитие концепта / К. Ф. Завершинский // Полис. — 2001. — № 2. — С. 21—34.

5. *Клушина Н. И.* Медиатизация современной культуры и русский национальный стиль / Н. И. Клушина // Русская речь. — 2014. — № 1. — С. 66—73.

6. *Колмогорова А. В.* Легитимизация как социополитический феномен и объект дискурса-анализа / А. В. Колмогорова // Политическая лингвистика. — 2018. — № 1 (67). — С. 33—40.

7. *Кондратьева О. Н.* «Словарь политических терминов в СМИ» как новый лексикографический продукт / О. Н. Кондратьева // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2016. — № 6 (44). — С. 38—49. — DOI : 10.17223/19986645/44/3.

8. *Коровин В. М.* Не только легальность [Электронный ресурс] / В. М. Коровин // Газета «Завтра». — Режим доступа : https://zavtra.ru/ blogs/ne_tol_ko_legal_nost (дата обращения 22.10.2020).

9. *Орлова О. В.* Дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта : жизненный цикл и миромоделирующий потенциал : диссертация ... доктора филологических наук : 10.02.01 / О. В. Орлова. — Томск, 2014. — 425 с.

10. *Рашкофф Д.* Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф. — Москва : Ультра. Культура, 2003. — 368 с. — ISBN 5-98042-012-6.

11. *Ромашова И. П.* Легитимность как когнитивно-прагматическая дискурсивная категория / И. П. Ромашова // Речевая коммуникация в современной России : материалы III Международной конференции : в 2 томах. — Омск : Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, 2013. — С. 390—401.

12. *Савельева И. В.* Механизмы легитимизации в медиадискурсе (на материале интернет-СМИ) / И. В. Савельева // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия : История, филология. — 2019. — Т. 18. — № 6. — С. 188—198. — DOI: 10.25205/1818-7919-2019-18-6- 188-198.

13. *Силанова М. А.* Медиатизация юридических терминов в дискурсе современных СМИ: диссертация ... кандидата филологических наук : 10.01.10 / М. А. Силанова. — Москва, 2017. — 260 с.

14. *Шмелёва Т. В.* Медиатизация как феномен современной культуры и объект исследования / Т. В. Шмелева // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. — 2015. — № 7 (90). — С. 145—148.

15. *Cap P.* Language and legitimization : Developments on the proximization model of political discourse analysis / P. Cap // Lodz Papers in Pragmatics. — 2005. — № 1. — Pp. 7—36.

16. *Doudaki V.* Legitimation Mechanisms in the Bailout Discourse / V. Doudaki // Javnost — The Public. — 2015. — № 22 (1). — Pp. 1—17. — DOI: 10.1080/13183222.2015.1017284.

17. *Liguori M.* The power of language in legitimating publicsector reforms : When politicians “talk” accounting / M. Liguori, I. Steccolini // The British Accounting Review. — 2017. — DOI: 10.1016/j.bar.2017.09.006.



MATERIAL RESOURCES

- Encyclopedia of the lawyer.* (2005). Available at: <https://www.rulit.me/books/enciklopediya-yurista-read-288260-411.html> (accessed 22.10.2020). (In Russ.).
- Large legal dictionary.* (2014). Available at: <https://determiner.ru/slovari/bolshoi-yuridicheskii-slovar1.html> (accessed 22.10.2020). (In Russ.).
- Medialogy.* Available at: <https://www.mlg.ru> (accessed 22.10.2020). (In Russ.).
- NKRYA — *National Corpus of the Russian Language.* Available at: <https://ruscorpora.ru/new> (accessed 22.10.2020). (In Russ.).

REFERENCES

- Cap, P. (2005). Language and legitimization: Developments on the proximization model of political discourse analysis. *Lodz Papers in Pragmatics*, 1: 7—36.
- Doudaki, V. (2015). Legitimation Mechanisms in the Bailout Discourse. *Javnost — The Public*, 22 (1): 1—17. DOI: 10.1080/13183222.2015.1017284.
- Golubeva, T. M. (2016). Linguistic parameters of the strategy of legitimization of the European Union and delegitimization of B. al-Assad in the British political discourse. *Bulletin of the Saratov University. New episode. Series: Philology. Journalism*, 16 (4): 392—396. (In Russ.).
- Klushina, N. I. (2014). Mediatization of modern culture and Russian national style. *Russkaya rech*, 1: 66—73. (In Russ.).
- Kolmogorova, A. V. (2018). Legitimization as a sociopolitical phenomenon and object of discourse analysis. *Politicheskaya lingvistika*, 1 (67): 33—40. (In Russ.).
- Kondratyeva, O. N. (2016). “Dictionary of political terms in the media” as a new lexicographic product. *Bulletin of Tomsk State University. Philology*, 6 (44): 38—49. DOI: 10.17223/19986645/44/3. (In Russ.).
- Korovin, V. M. Not only legality. *Newspaper “Tomorrow”*. Available at: https://zavtra.ru/blogs/ne_tol_ko_legal_nost (accessed 22.10.2020). (In Russ.).
- Liguori, M., Steccolini, I. (2017). The power of language in legitimating publicsector reforms: When politicians “talk” accounting. *The British Accounting Review*. DOI : 10.1016/j.bar.2017.09.006.
- Orlova, O. V. (2014). *Discursive-stylistic evolution of the media concept: the life cycle and the world-modeling potential*. Doct. Diss. Tomsk. 425 p. (In Russ.).
- Rashkoff, D. (2003). *Mediavirus! How pop culture secretly affects your consciousness*. Moscow: Ultra. Kultura. 368 p. ISBN 5-98042-012-6. (In Russ.).
- Romashova, I. P. (2013). Legitimacy as a cognitive-pragmatic discursive category. In: *Speech communication in modern Russia*. Omsk: Omsk State University named after F. M. Dostoevsky. 390—401. (In Russ.).
- Salanova, M. A. (2017). *Mediatization of legal terms in the discourse of modern mass media*. PhD Diss. Moscow. 260 p. (In Russ.).
- Saveleva, I. V. (2019). Mechanisms of legitimization in the media discourse (based on the material of the Internet media). *Bulletin of the Novosibirsk State University. Series: History, Philology*, 18 (6): 188—198. DOI: 10.25205/1818-7919-2019-18-6-188-198. (In Russ.).
- Shmeleva, T. V. (2015). Mediatization as a phenomenon of modern culture and the object of research. *Bulletin of the Novgorod State University. Yaroslav the Wise*, 7 (90): 145-148. (In Russ.).



- Valgina, N. S. (2003). *Active processes in the modern Russian language: A textbook for university students*. Moscow: Logos. 304 p. ISBN 5-94010-092-9. (In Russ.).
- Vepreva, I. T. (2005). *Linguistic reflection in the post-Soviet era*. Moscow: Olma-Press. 384 p. ISBN 5-224-05307-2. (In Russ.).
- Zakonchinsky, K. F. (2001). Legitimacy: genesis, formation and development of the concept. *Polis*, 2: 21—34. (In Russ.).