

УДК 81'42

DOI: 10.17223/19986645/64/6

О.В. Орлова

МЕДИАКОНЦЕПТ *НЕФТЬ* СЕГОДНЯ: СТАНОВЛЕНИЕ ПЕТРОЛЕУМНОЙ МЕТАФОРЫ

Рассматривается новейшая стадия дискурсивной эволюции медиаконцепта нефть, связанная с возникновением способности концепта выступать в роли сферы-источника метафорической экспансии. На примере метафорической диады люди / население – новая / вторая нефть доказывается гипотеза о становлении петролеумной метафоры как совокупности регулярно воспроизводимых в медиатекстах метафорических уподоблений различных реалий социально-политической действительности нефти.

Ключевые слова: медиаконцепт нефть, дискурсивная эволюция, сфера-источник метафорической экспансии, петролеумная метафора.

Теоретические презумпции и материал исследования

В разрабатываемой нами теории дискурсивной эволюции *медиаконцептов* – лингвосемантических феноменов особого рода, отличающихся медийной дискурсивно-стилистической субстанциональной детерминированностью, вошедших в мирознание носителя языка с появлением информационного общества и ставших средством формирования и трансформации массового сознания – ключевыми характеристиками анализируемых лингвокогнитивных структур являются два взаимосвязанных параметра: жизненный цикл и миромоделирующий потенциал медиаконцепта. Под *жизненным циклом медиаконцепта* понимается своеобразная траектория его развития от фазы зарождения к фазе спада и нивелирования либо – в случае приобретения концептом стабильных культурно значимых субстанциональных смыслов и оценочных характеристик – к закреплению в национальной концептосфере в качестве константы культуры. *Миромоделирующий потенциал медиаконцепта* определяется как его способность в процессе ассоциативно-смыслового развертывания в массмедийном текстовом континууме выполнять лингвоментально-креативные и трансформативные функции, генерируя постоянно эволюционирующий фрагмент коллективной картины мира на определенной стадии развития социума [1, 2].

Определены лингводискурсивные факторы, обуславливающие длительность жизненного цикла и мощность миромоделирующего потенциала концепта, среди которых количество и семантическая насыщенность векторов ассоциативно-смыслового развертывания концепта различной аксиологической валентности, его рефлексивная активность, способность инкорпорироваться в прецедентные тексты и мигрировать в немедийные дискурсивные сферы [2].

В качестве доминанты современной отечественной медиасферы подробно описан концепт *нефть*, в настоящее время находящийся в стадии эволюционной зрелости и культурной стабилизации и демонстрирующий сложившуюся семантическую структуру, которая включает в себя два магистральных вектора ассоциативно-смыслового развертывания полярной аксиологической валентности (вектор нефтяной аддикции (зависимости) и вектор идеализации), в свою очередь имеющие неограниченное множество трансформативных субверсий [3].

Наблюдение за дискурсивными инновациями нефтяного медиатопика самых последних лет дает возможность дополнить представленный выше перечень факторов эволюционного развития, эволюционной зрелости и лингвокультурной индоктринации медиаконцепта еще одним немаловажным обстоятельством собственно лингводискурсивной природы. Дело в том, что результатом медийно-текстового преломления новейших социально-политических и экономических обстоятельств, наряду с закономерными трансформациями «нефтяного» фрагмента политической картины мира российского социума, стало, во-первых, изменение когнитивно-семантической структуры метафорического кластера концепта *нефть*, а во-вторых, как следствие этого изменения, зарождение и начинающаяся стабилизация новой разновидности сферы-источника метафорической экспансии.

Речь идет о появлении в палитре вербальных репрезентаций концепта метафорических манифестаций такого уровня текстогенной активности и социомировидческой рефлексивности, который позволяет говорить о формировании данным концептом целостной совокупности регулярно воспроизводимых в медиатекстах метафорических уподоблений различных реалий социально-политической действительности нефти. Мы называем эти метафорические проекции *петролеумной метафорой* по сложившейся в теории когнитивной метафоры, а также в отечественной медиа- и политической лингвистике традиции именовать метафору именно по области источника – активного продуцента, транслирующего и проецирующего свой семантико-метафоризирующий импульс в область цели (по аналогии с описанными А.П. Чудиновым и его последователями *милитарной, морбильной, криминальной* и т. д. метафорой [4–7 и др.]).

Приведем различные примеры метафорической инновации: *Данные – новая нефть. Как же их защитить?* (<http://www.iksmedia.ru/articles/5283545>); *Блокчейн – новая нефть России* (<https://bitnovosti.com/2017/09/02/participants-in-the-conference-blockchain-new-oil-of-russia-do-not-find-its-name-correct/>); *Зерно – новая нефть России* (<https://www.facebook.com/zerno.rost/>); *Вино – наша новая нефть?* (http://www.aif.ru/money/company/vino_nasha_novaya_neft_otchestvennyye_vinodely_gotovyy_potestnit_import); *Интернет – новая нефть России* (<https://nag.ru/news/newslines/29089/internet-novaya-neft-rossii.html>); *Наша культура – это вторая нефть* (<https://www.novayagazeta.ru/articles/2007/06/25/32995-nasha-kultura-eto->

vtoraya-neft); *Вот люди – новая нефть, мусор – тоже новая нефть* (<https://echo.msk.ru/programs/status/2288090-echo/>).

Однако наибольшую текстогенную активность и способность к ассоциативно-смысловой развертке в новейшем медианарративе демонстрирует метафорическая диада *люди / население – новая / вторая нефть*. Именно на основе анализа текстовых репрезентаций данного варианта петролеумной метафоры (более 1000 контекстов из различных медийных источников – от официальных СМИ до блогов и сетевой полемики) будет построено дальнейшее исследование.

Гипотеза исследования

Выскажем гипотезу об особой значимости в дискурсивной эволюции концепта факта зарождения и закрепления его способности выступать не только в роли метафоризируемого, т.е. реципиента, цели метафорической проекции (думается, метафорически интерпретируемым / проектируемым в дискурсе может быть любой концепт в той или иной конфигурации его смысловых признаков), но и в роли метафоризирующего, т.е. донора, источника, приобретающего за счет роста своих миромоделирующих ресурсов «право» на «когнитивное отображение структуры источника в структуру цели» и частичное воспроизведение «структуры источника в структуре цели» [8. С. 12].

А.П. Чудинов справедливо замечает, что «сферы-мишени политической метафоры более динамичны, чем ее сферы-источники» [6. С. 89]. Следовательно, факт проявления в роли сферы-источника свидетельствует о «повышении ранга» концепта в лингвоментальной матрице социума и увеличении его миромоделирующих возможностей. Так, концепт *война*, имеющий в «целевой» своей ипостаси неисчислимый сонм метафорических репрезентаций, именно вместе с ростом собственных метафорико-экспансионистских потенций обретает когнитивно-структурную и лингвокультурную определенность (ср.: «Экспансия военной метафоры, распространяющаяся на различные референтные области, является, как свидетельствуют многочисленные исследования, универсальным признаком языковой объективации концептов разного типа ('Политика', 'Спорт', 'Труд', 'Власть', 'Российская действительность', 'Любовь' и пр.) в русской (и не только русской) языковой картине мира» [9. С. 14]). Под когнитивно-структурной и лингвокультурной определенностью мы имеем в виду стабилизацию и ценностную иерархизацию профилируемых в результате метафорических проекций концепта коммуникативно выдвигаемых смыслов.

Дело здесь не только и не столько в том, что, согласно выделенным Лакоффом и Джонсоном [10] признакам, «область источника – это чаще всего более конкретное знание, а область цели – менее конкретное», а «область источника в когнитивной теории метафоры представляет собой обобщение опыта практической жизни человека в мире» [8. С. 13], но и в том, что для обретения концептом способности выступать в роли метафорического до-

нора и в процессе этого обретения в его, концепта, когнитивно-смысловой структуре в результате количественной и качественной его дискурсивной динамики должны явственно обозначиться, обобщиться, закрепиться и категоризироваться становящиеся в этот момент общепринятыми, типизируемыми, аккумулирующими рефлексы того самого «опыта практической жизни человека в мире» смысловые признаки. Те смысловые признаки, которые в их конкретной диспозитивно-структурной соотнесенности становятся процедурным основанием для претворения концепта в когнитивную сферу-источник и его метафорической экспансии в различные понятийные сферы.

Для сложившихся конвенциональных метафор: военной, театральной, строительной и др. – проследить дискурсивную историю их конвенционализации и узуализации как процесса обретения ими в ходе суперчастотного употребления в текстах определенной дискурсивной приуроченности (наиболее исследованным в этом отношении является политический дискурс) типичных метафорических проекций представляется маловероятным по причине их длительной укорененности в дискурсивной практике. В то же время концепт *нефть* обнаруживает тенденцию к «метафорическому экспансионизму» в отечественном медиадискурсе буквально в последнее десятилетие, что дает нам нетривиальную возможность описать процесс претворения концепта из метафорически одностороннего (выступающего исключительно в реципиентной функции) в метафорически двусторонний (приобретший способность выступать и в донорской функции).

Ход исследования

Наш анализ русскоязычного медиадискурса 1990–2000-х гг. (до 2012 г.) в его разнообразных вариантах (более 100 000 контекстов центральной и региональной прессы, радио, телевидения, интернет-ресурсов) показал, что концепт *нефть*, наращивая свои миромоделирующие возможности, стремительно развивается по типу концепта-символа, концепта-неомифологемы [3]. То есть активация способности к генерации и генерализации смыслов в ассоциативно-смысловом поле концепта по преимуществу происходит за счет увеличения количества вариативных субверсий его ассоциативно-смыслового развертывания, накала аксиологической конфликтности внутри интерпретационных сценариев концепта, фактов его инкорпорации в прецедентные тексты и в немедийные дискурсы с результирующей приобретения новых (научных, философских, эстетических) смысловых и оценочных модуляций. По сути, концепт осуществлял символическую экспансию, вовлекая в радиус своего ассоциативно-смыслового притяжения и сопряжения все новые, порой весьма семантически далекие от него сферы (см., к примеру, многочисленные образцы глубокой и многомерной социально-философской рефлексии над прецедентной фразой авторства Егора Летова *вечность пахнет нефтью* в сетевой медиакommunikации [11, 12]).

В то же время, по нашим оценкам уже став одним из глобальных символов эпохи, анализируемая лингвоментальная доминанта в первое десятилетие XXI в. еще не обнаруживала столь количественно и качественно значимых метафорических потенциалов, чтобы говорить об отдельном метафорическом кластере в семантической структуре концепта. Однако в роли реципиентной сферы, сферы-мишени *нефть* все же выступала.

В доказательство тезиса о сравнительно малом удельном весе метафорических номинаций в развертывании нефтяного медиатопика в целом приведем тот факт, что, например, даже в крупном аналитическом очерке «Город-остров в океане нефти» из качественного делового издания «Эксперт Сибирь» (2011. № 4–6 /288/), посвященном нефтяному моногороду Стрежевому Томской обл., на сравнительно большой по объему материал (3088 слов), избилующий лексемами с корнем нефт- (69 лексем, что составляет беспрецедентную частотность – 2,2%), лишь 3 из них формируют собственно метафорические контексты. Два из них – рутинные публицистические клише (*океан нефти* и *нефтяная игла*), и лишь один, транслирующий свойственную нефтяной символике мифологему конца, содержит элемент метафорической новации (*когда мы выпьем всю нефть*).

Как видим, большая часть не отличающегося высоким разнообразием и креативностью «нефтяного» метафорического фонда участвует в подкреплении магистральных трендов ассоциативно-смыслового развертывания анализируемого концепта, а именно: вектора нефтяной аддикции (это, прежде всего, заезженный штамп *нефтяная игла* с привлечением других элементов семантической сферы «Наркомания»: *Эта коварная нефтяная игла; Соскок с нефтяной иглы; Нефтяная игла вредит России; Нефтяная игла станет длиннее; Укол нефтяной иглы* и др.), а также семантико-аксиологического антипода вектора аддикции – вектора идеализации, варьирующего от метафоры материнского первоначала, истока и основания экономической жизни (*Нефть – матушка; Нефтяные родники экономики; Нефть – кровь экономики*), неотъемлемого атрибута богатства (*нефтяной магнат, нефтяной король, нефтяной барон*) до трансцендентального символа тотальной онтологической детерминанты всего сущего (*Нефть – это наше все*).

В некоторых случаях незаурядные лингвокреативные способности медиарайтера стимулируют более существенное разнообразие метафоры нефтяного медиатопика. Так, в статье «У Путина кончается нефть» (<https://kungurov.livejournal.com/228277.html>) популярного блогера Алексея Кунгурова, автора книги «Нефтяная ломка», наблюдается довольно богатая метафорическая палитра: *нефтьедолларовая масленица, нефтяная халява, нефтяная житница страны, обвал нефтедобычи, нефтяное дно, нефтяная отрасль может снизить свою «удойность», жизнеспособность страны-бензоколонки находится в полной зависимости от черной жижи, нефтедобывающая отрасль схлопнулась*. Нетрудно заметить, что все перечисленные метафоры, от практически стертых до инновационно-креативных, не образуют принципиально новых ассоциативно-образных

перспектив и участвуют в семантической аранжировке все тех же стабильно актуальных топосов нефтяной сферы – социально значимых и интерпретируемых в алармистском ключе тем нефтяной зависимости и конца нефти.

Однако в этой же статье, помимо многочисленных случаев метафорической актуализации исследуемого концепта в реципиентной позиции, обнаруживается частотный для медиаконтента буквально последних лет (особенно с момента объявления о предстоящей пенсионной реформе летом 2018 г.) пример метафорической актуализации концепта в позиции источника: *Кремль вынужден был пойти на пенсионный геноцид и вообще реализует стратегический курс на перераспределение налоговой нагрузки с сырьевиков на население, следуя новой доктрине путиномики «Люди – наша вторая нефть»*.

На основе анализа дискурсивной истории данной петролеумной метафоры в процессе обретения ею двусторонности в плане донорско-реципиентного функционала попытаемся проследить процесс семантических трансформаций в когнитивной структуре концепта и комплекс обуславливающих эти трансформации причин и условий. Эти трансформации, в свою очередь, «отвечают» за выработку перспективных в плане метафорического моделирования понятийно-смысловых признаков, тех признаков, которые впоследствии в ходе дискурсивной эволюции обеспечивают формирование типизированных метафорических следствий, фокусирующих направления ассоциирования при метафорической проекции структуры источника в структуру цели.

В случае метафорической диады *люди–нефть* мы имеем возможность с большой долей вероятности назвать непосредственный источник ее медийной актуализации. Выступая на торжественном заседании, посвященном 150-летию со дня рождения ученого-изобретателя Александра Попова 16 марта 2009 г., тогдашний вице-премьер правительства России Сергей Иванов заявил: *Мы признаем, что Россия богата не только углеводородами. Люди – вот наша вторая нефть* (https://polit.ru/news/2009/03/16/human_oil/). Фраза стала ярким образцом коммуникативного коллапса в речи политика и, моментально превратившись в медиамем, подчиняясь закону вирусного распространения [13, 14], получила и получает до сих пор огромное количество дискурсивных реакций.

Для нас в этом довольно комичном факте инициации метафоры важно отметить лежащий в основе комического эффекта феномен коммуникативного обнажения внутренней семантико-аксиологической конфликтности концепта. Обнажения, сделавшего имплицитное – эксплицитным, латентное – наглядным, а до сих пор рассеянное во множестве интерпретационных толкований – сфокусированным.

Безусловно, произнося свою крылатую фразу, политик хотел актуализировать исключительно позитивные модусы нефтяного контента, связанные с семантикой экономического благополучия, технологического прогресса и социальной ответственности государства: *В центр внимания государства должен вернуться человек, и именно крупномасштабные инве-*

стиции в человеческий потенциал – наш главный приоритет (https://polit.ru/news/2009/03/16/human_oil/). Однако «память концепта» (ср. с понятием «память слова» из известной статьи Ю.М. Лотмана [15]), сформировавшийся и семантически определившийся в ходе его дискурсивной эволюции сильный и в основе своей конфликтогенный миромоделирующий потенциал не позволили авторской интенции реализоваться. Буквально в течение нескольких дней метафорическая новация «обросла» множеством рефлексивных толкований в самых различных медиапрактиках – от качественных СМИ до отдельных веток обсуждений в соцсетях. Причем языковое чутье авторов некоторых метаязыковых рефлексивов безошибочно выдвигает именно апелляцию к нефти на место главного виновника коммуникативного провала вице-преьера и двусмысленности его афоризма: *Сравнение вышло, прямо скажем, неоднозначное. Что же получается, если население – это горючее, то, значит, можно его и в топку?* (<https://mt-smi.ru/blog/43973684062/16-marta-vitse-premer-Sergey-Ivanov-izrek-kryilatuyu-frazu:-«Lyu?nr=1»>); *А вообще посыл выступления г-на Иванова был правильный, вопрос только в корявости изложения мыслей <...> Так посыл-то и был: что люди – наше все. Только вот оговорился «по Фрейдю», нектати помянув про нефть* (<https://plyazhnikov.livejournal.com/100861.html>).

В результате оговорки «по Фрейдю» (ср. в одном из комментариев: *Что у власти на уме, то у Иванова на языке* (<https://www.city-n.ru/view/116317.html>)) ранее метафорически односторонний концепт, выступающий в роли мишени метафорической проекции, приобретает статус сферы-источника, преобразился в двусторонний. В основе когнитивно-дискурсивного механизма этого преобразования лежит, во-первых, его органичная и «лобовая» по смысловой однозначностистройка в магистральный политический нарратив народа и власти, а во-вторых, резкое коммуникативное высвечивание и концентрированная локализация (ср. в одном из комментариев: *[Иванов дал] столь емкую характеристику согражданам* (<https://www.kommersant.ru/doc/1138729>)) доселе рассредоточенных во множестве собственно медийных, аналитико-публицистических, социологических, эстетических интерпретаций смысловых признаков **неправедности, аморальности, этической ущербности, неминуемой исчерпаемости, конечности, несправедливости и униженности нефтяного богатства и нефтяной зависимости** (см. об этом наши исследования [16–18] и др.).

Естественно включившись в общую семантическую развертку осевой для политического дискурса оппозиции *народ – власть* (см. о ней: [19, 20]) с ее кардинально поляризованной жесткой смысловой структурой в виде прочно закрепившихся в русском языковом сознании этико-ценностных максим («слабый» народ характеризуется позитивной этической оценкой, а «сильная» («жестокая») власть – негативной» [19. С. 15]; положительные оценки власти «отсутствуют, доминируют общая отрицательная оценка и частнооценочные реакции осуждения власти – злоупотребление, корруп-

ция, недееспособность, негуманность, лживость» [21. С. 54]), новая метафора прочитывается исключительно в контексте безнравственного издевательства власти над народом: *«Люди – наша вторая нефть» – это должно стать для Кремля лозунгом дня, программой их партии, моральным кодексом строителей вертикали. В этом лозунге все их презрительное и потребительское отношение к народу и стране. В этом лозунге вся их неумная страсть и смысл жизни – выжать из всего ценного, что есть в России, максимум выручки; продать, украсть и вложить в надежном месте. Нефть они освоили в первую очередь, теперь осваивают людей* (<https://www.city-n.ru/view/116317.html>).

Поиск вербального и историко-культурного прототипов – одна из обязательных стадий дискурсивного и лингвокультурного освоения медийного концепта коллективным языковым сознанием (см. об этом: [22]). Как показал анализ, в случае появления у концепта новых устойчивых метафорических прочтений рефлексия над прототипами также релевантная процедура: *Население России и раньше подвергалось самым разным сравнениям. Так, Иосиф Сталин называл граждан винтиками, что, впрочем, являлось общей для того времени метафорой. <...> Михаил Лермонтов в романе «Вадим» писал, что «русский народ» – это «сторукий исполин», который «желает быть наказываем, но справедливо, он согласен служить – но хочет гордиться своим рабством». Назвав россиян второй нефтью, Иванов, безусловно, превзошел и Сталина, и Лермонтова. Равным вице-премьеру по силе сравнения может являться разве что царь Иван Грозный. Как писал английский дипломат XVI века Джильс Флетчер в своем труде «О государстве русском», «Иван Васильевич обыкновенно говорил, что народ сходен с его бородой: чем чаще стричь ее, тем гуще она будет расти»* (<https://www.kommersant.ru/doc/1138729>); *Товарищ Сталин с его «Кадры решают все» тихо курит в углу. «Люди – это вторая нефть», а? Даже Пелевин такого не придумал. Все-таки сознавать себя нефтью, хоть и размазанной, как-то приятнее, чем щепками, которые летят в разные стороны при рубке леса. Ничего, вот когда Медведев выступит с обращением «братья и сестры», вот тогда станет впору пугаться всерьез* (<https://plyazhnikov.livejournal.com/100861.html>).

В приведенных комментариях интересен и набор прецедентных имен, и набор прецедентных цитат. Имена властителей (*Сталин* и *Иван Грозный*), при всей неоднозначности по отношению к ним общественного мнения, символизируют политическую деспотию, массовый террор и репрессии, имена же писателей (*Лермонтов* и *Пелевин*) – в первую очередь если не оппозиционность, то диссидентство и вольномыслие, во вторую – дар провидческого предвидения социально-исторической драмы своей родины. Впрочем, упоминание Пелевина здесь, скорее всего, связано с темой нефти как одной из важных в его творчестве (см.: [11, 12]).

Что касается цитат – вербальных прототипов анализируемой метафоры, то на первый план выдвигается идея ничтожности на фоне безликой людской массы отдельного человека и его индивидуальной судьбы перед лицом

власти: люди – *винтики, руки в ряду сотни других, волоски на бороде, щепки* (Сталину приписывается особая склонность к употреблению поговорки «Лес рубят – щепки летят»). В то же время при упоминании сталинских же прецедентов изначально позитивной модальности (*Кадры решают все; братья и сестры*) иронико-скептическая тональность комментариев переворачивает смысл в направлении цинизма власти, ее лживости и исходящей от нее угрозы (*когда Медведев* (в 2009 г. – президент РФ) *выступит с обращением «братья и сестры», вот тогда станет впору пугаться всерьез*).

За десятилетие существования прецедентной метафоры обращения к ней стали частотными, нередко – с упоминанием автора и обстоятельств появления. Причем активность этих обращений значительно увеличивается в периоды обострения интерпретируемых исключительно в контексте несправедливой эксплуатации населения проблем экономического неравенства, снижения уровня жизни, увеличения фискальной нагрузки и т.п. Так, на 2018 г. пришелся продолжающийся до сих пор пик этой активности: *Чиновники и бюрократы, похоже, буквально понимают слова Сергея Иванова (тогда, в 2009 г., вице-преьера), назвавшего людей «второй нефтью», полагая, что граждане – это источник доходов и благ, но никак не предмет беспокойства и заботы* (<https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2018/11/20/787000-chto-ne-tak>); о росте цен на бензин: *замкнутый круг проблем и противоречий между бюджетом и нефтяными олигархами имеет только одно решение <...> И истинный глубокий смысл высказывания тогдашнего вице-преьера Сергея Иванова – «Мы полностью сознаем, что Россия богата не только углеводородными ресурсами. Люди – вот наша “вторая нефть”...» – по-настоящему начинает пониматься только сегодня, спустя десять лет* (<https://www.golosagorodov.info/mnenie/lyudi-vot-vtoraya-neft.html>).

Отметим, что присущий когнитивной структуре концепта мощный заряд латентной конфликтности между позитивным и негативным его модулями диктует логику ассоциативно-смыслового развертывания текстов – логику «открывания глаз», выявления и объяснения истинного смысла лукавой фразы на фоне пресуппозиции архетипического противостояния олигархической / чиновничьей власти и народа.

Для медиарайтеров важно максимально наглядно и доступно раскрыть манипулятивный эффект новой метафоры, продемонстрировать обеспечивающий ее двусмысленность механизм «когнитивного мерцания» (термин А.Н. Баранова). В ряду метаязыковых номинаций (*сравнение, характеристика, слова, крылатая фраза, высказывание, доктрина, мем*) начинает превалировать *лозунг*, что позволяет актуализировать «советский» подтекст, заложенный в номинации, так как именно *лозунг* (в отличие, например, от *призыва* или *слогана*) прочно связан с советской авторитарно-вертикальной риторической традицией (см. об этом: [23–25]), когда многочисленные лозунги имели целью «в краткой, лаконичной форме сформулировать цели и задачи государственной политики и мобилизовать граждан на выполнение этих задач» [25. С. 181], но воспринимались, особенно

в поздне- и постсовестское время, как исполненные лживости и лицемерия средства государственной агитации и пропаганды.

О скрытой в семантике нового лозунга исходящей от власти угрозе предупреждают заголовки и опорные фразы медиаматериалов: *Лозунг «Люди – новая нефть» таит неявные риски* (<http://businessportal.pro/blogs/lozung-lyudi-novaya-neft-tait-neyavnyie-riski.html>); *Люди – новая нефть. Этот лозунг в России приобрел зловещий смысл* (<http://андрей-юрист.рф/ljudi-jeto-novaja-neft/>); *В этом лозунге все их презрительное и потребительское отношение к народу и стране* (<https://www.city-n.ru/view/116317.html>). В ассоциативно-смысловом развертывании текстов их авторы развенчивают содержащийся в первичном интенциональном послые лозунга ложный пафос человеколюбия (см. коллокации с социально поощряемой гуманистической доминантой: *качество человеческого капитала, большая ценность (о людях), особое отношение (к людям), важность квалифицированных и образованных кадров*) и заостряют внимание на семантическом шифтинге в сторону другого измерения, совершенно иного звучания, другого (истинного) смысла: *В России много говорят о качестве человеческого капитала и даже запущен мем, вынесенный в заголовок. Подразумевается, что люди – большая ценность, сопоставимая с углеводородами, и потому требует особого отношения. Но есть и другое измерение. Нефть – источник дохода, ее извлекают из недр и особо-то не дорожат, провозжая миллионы баррелей на экспорт. И в этом смысле люди как нефть – это источник извлечения ренты любым способом; В этом смысле придуманный недавно лозунг о том, что «люди – это новая нефть» (который был призван подчеркнуть важность наличия квалифицированных и образованных кадров), обретает совершенно иное звучание. Поскольку нефть подешевела и не может давать прежних доходов в бюджет, то «качать» будут из карманов обывателей.*

Постепенно концентрируясь в оппозиционном политическом дискурсе, в том числе признанных спикеров как, по преимуществу, правого, так и левого крыла (Е. Шульман, Ю. Латынина, В. Соловей, М. Делягин и др.), обладающая повышенной смыслоемкостью метафорическая инновация, во-первых, прочно утверждается в роли вербально-символического маркера текущей эпохи (...основной лозунг нашего времени «Люди – это новая нефть» <...> воплощает в себе некий дух исторического момента (<https://echo.msk.ru/programs/status/2288090-echo/>); Лозунг «Люди – это новая нефть» это, конечно, лозунг ближайших нескольких лет (<https://echo.msk.ru/programs/status/2198074-echo/>); Великий лозунг «Люди – это новая нефть» является, действительно, слоганом эпохи (<https://echo.msk.ru/programs/status/2300970-echo/>); Замечательный ведь лозунг в момент появился, да? «Люди – это наша новая нефть» (<https://echo.msk.ru/programs/personalno/1910780-echo/>), а во-вторых, формирует, простираивает и укрепляет ту конфигурацию собственных метафорических следствий, которая способна стать устойчивой когнитивной структурой в коллективном языковом сознании.

Процесс такого выстраивания линий метафорического проектирования в первую очередь требует регулярной повторяемости дискурсивных реализаций, а также, особенно на первых порах, четкости и наглядности коммуникативного «высвечивания», дидактико-популяризаторского буквализма и смысловой избыточности описательных нарративов. Отталкиваясь от прямых апелляций к неутешительным реалиям текущего момента, к коим относятся пенсионная реформа, обеднение населения, повышение цен и государственных поборов, падение нефтяных доходов и т.д. (в подтверждение приведем лишь один контекст из множества подобных: *В этом смысле повышение пенсионного возраста укладывается в эту парадигму. Будут другие формы изъятия денег у граждан. Это, прежде всего, налоги на недвижимость и на землю* (<https://echo.msk.ru/programs/status/2198074-echo/>)), медиарайтеры «ведут читателя за руку» с помощью приема вербальной экспликации логических операторов (отметим изобилие в анализируемых текстах оператора *в смысле* в роли ментального конкретизатора, снимающего многозначность в сторону авторской трактовки: *...о лозунге «Люди – это новая нефть» в том смысле, что раньше добывали нефть, теперь цена на нефть меньше, но люди – это тот же ресурс, который точно так же можно добывать* (<https://echo.msk.ru/programs/code/2320770-echo/>)), а также конструкций, максимально подчеркивающих логику суждений. Среди этих конструкций отметим сопоставительно-противительное *раньше – теперь*, причинно-следственное *поскольку – то*, сопоставление на базе синтаксического параллелизма (*Нефть – источник дохода. Люди как нефть – это источник извлечения ренты* (<http://businessportal.pro/blogs/lozung-lyudi-novaya-neft-tait-neyavnynie-riski.html>)), пояснительно-разъяснительное *то есть* (*люди – это новая нефть*), т.е. поборы с граждан должны обеспечить чиновникам и их семьям безбедное существование с «порше», яхтами и виноградниками в Тоскане, заменив выпавшие доходы от сильно подешевевшей нефти (<https://www.opentown.org/news/153567/>)), а также избыточную вербализацию тема-рематических последовательностей для гарантированного понимания адресатом логики объяснительной цепочки (*Сужение традиционной углеводородной ресурсной базы нашей политической системы побуждает ее искать иные источники дохода. Этим источником дохода являются граждане* (<https://echo.msk.ru/programs/status/2300970-echo/>)).

Что касается содержащихся в когнитивно-смысловой структуре концепта *нефть* признаков, ставших перспективными в плане метафорического моделирования, то этими признаками являются признаки нефти как добываемого, извлекаемого и ценного лишь в материальном отношении жидкообразного ресурса (*ее извлекают из недр и особо-то не дорожат*). Фокусирующий семантику процесса добычи жидкости синонимический ряд глаголов и деепричастий довольно богат: людей (или из людей) можно не только, как нефть в ее непосредственном предназначении, *извлекать, добывать, качать*, но и *выжимать, доить, сосать*. Если последний предикат, вероятно, вследствие его стилистической неоднозначности встретился

в интересующем нас контексте лишь единожды и на страницах частного блога в Живом журнале (<https://damadiluma.livejournal.com/818347.html>), то глаголы *выжимать* и *доить*, а также их дериваты, весьма популярны. В них, как и в их собственно «нефтяных» коррелятах *извлекать*, *добывать*, *качать*, ярко выражена семантика требующего систематических усилий длительного и длящегося процесса, а также односторонней предназначенности результатов этого процесса: увеличение результатов к выгоде для извлекающего безальтернативно оборачивается ущербом для извлекаемого.

В глаголе *выжимать* выдвигается идея постепенности и увеличения интенсивности воздействия (*Теперь можно выжимать из населения деньги* (<https://echo.msk.ru/programs/code/2354523-echo/>)) при гипотетической возможности полного, окончательного изъятия (*выжать из всего ценного, что есть в России, максимум выручки* (<https://www.city-n.ru/view/116317.html>)); *Мы из них выжмем все, что они успели впитать за эти годы относительного благополучия. Народ – это губка. Покрепче нажать – и выжмешь ты все, что успел он впитать* (<https://echo.msk.ru/programs/personalno/1910780-echo/>)).

Глагол *доить* неоднократно входил в радиус ассоциативно-образного взаимодействия с анализируемой метафорой за счет содержащейся в семантике его прямого и переносного (вымогать, выманывать деньги) значений семантики процесса добычи (в переносном значении, добычи этически ущербной, несправедливой) полезной жидкости (жизнеобеспечивающего ресурса). Данный глагол упоминается в контексте устойчивой зооморфной метафоры *дойная корова* – постоянного источника материальных благ, которым кто-либо пользуется в личных целях, не зная меры – и популярной байки о больше доить и меньше кормить: *Люди стали новой нефтью Кремля, и его же дойной коровой <...> фискальный подход к бизнесу и населению как к «дойным коровам», которых можно все больше доить и все меньше кормить* (<http://андрей-юрист.рф/ljudi-jeto-novaja-neft/>); *И главное самое, что поняли, что там, где заканчивается нефть, начинаются люди. И людей надо драть... Доить их. Люди – новая нефть. Есть такая мудрость народная. Чтобы корова меньше ела и давала больше молока – надо ее меньше кормить и больше доить. И вот это наша экономическая программа на оставшуюся пятилетку* (<https://echo.msk.ru/programs/personalno/2343001-echo/>). Данные примеры демонстрируют один из интерпретационно-разъяснительных сценариев метафорической инновации, в котором авторы предпочитают опору на устойчивые метафорические и дискурсивные образцы как основу продуцирования и детализации новых смыслов.

Специальная терминология нефтедобывающей отрасли также служит источником индивидуально-авторских метафорических проекций, продвигающих идею бессовестной эксплуатации населения властью: *Правильно говорят, что люди – новая нефть России. <...> Я не удивлюсь, если очень скоро трубопроводы заржавеют по причине ненужности. Ведь уже сегодня из скважин начнет бить настоящий фонтан штрафов*

(<https://www.forbes.ru/biznes/351697-novaya-neft-rossii-voditeley-stanutchashche-shtrafovot-pri-pomoshchi-kamer>); *Принцип российских властей «люди – новая нефть»*. *Денег в бюджете становится меньше, а потому пора прибегать «к гидроразрыву пласта»* (<https://xoroshiy.ru/227157-delyagin-moskva-voplotila-princip-lyudi-novaya-neft.html>). В последней метафоре, принадлежащей политику и экономисту М. Делягину, подчеркивается резкий, принудительный и травматичный характер действий власти по отношению к населению.

В настоящий момент происходит стабилизация когнитивной структуры анализируемого варианта петролеумной метафоры, его закрепление в коллективном языковом сознании и узуальном употреблении. Об этом свидетельствуют, во-первых, свершившийся факт отрыва прецедентной фразы от ее источника (автор статьи, в достаточной степени и как читатель, и как исследователь, погруженный в современный медиаконтекст, только уже в ходе реализации замысла, разыскал и описал обстоятельства медийной актуализации начального варианта метафорического выражения); во-вторых, примеры коллективно-медийной квалификации метафорического выражения как устойчивого (*говорят, запущен мем, как известно*), и наконец, учащающиеся случаи его употребления без сопроводительного интерпретативного контекста, что доказывает тезис о развитии и закреплении в его когнитивно-смысловой структуре семантико-кумулятивного заряда, достаточного для самостоятельного, независимого и полноценного дискурсивного существования. Один из ближайших по времени (28 апреля 2019 г.) и медийно заметных примеров тому содержится в ответе недавно избранного президента Украины В. Зеленского на заявление В. Путина о выдаче украинским гражданам российских паспортов: *...не стоит рассчитывать, что многие украинцы захотят стать «новой нефтью», в которую власти России пытаются превратить собственный народ* (<https://lentachel.ru/news/2019/04/28/>). Коммуникативная интенция автора уже не нуждается в ассоциативно-смысловых подкреплениях и развертках и, несмотря на отсутствие в тексте каких-либо пояснений нефтяной метафоры, легко прочитывается адресатом любых политических взглядов.

Итоги исследования

Подведем итоги. Наш анализ русскоязычного медианарратива последнего десятилетия обозначил новую ступень дискурсивной эволюции одной из медийных доминант современности – медиаконцепта *нефть*, что подтверждает гипотезу о продолжающемся росте его миромоделирующей мощности. Из метафорически одностороннего, выступающего только в роли сферы-мишени концепт активно эволюционирует в сторону двустороннего, становясь еще и сферой-источником, развивая свой метафорический экспансионистский потенциал.

Становлению петролеумной метафоры на основе структуры *люди/народ/ население/граждане – вторая/новая нефть* способствует ряд интрадискурсивных и экстрадискурсивных факторов. К интрадискурсив-

ным факторам относятся: 1) уже сформированный предыдущей дискурсивной историей концепта его конфликтогенный миромоделирующий потенциал, базирующийся на противодействии векторов семантико-аксиологического развертывания полярной ценностной валентности; 2) органичная интеграция метафорической инновации в магистральную концептуальную оппозицию медиа- и политического дискурса *народ – власть*; 3) актуализация вербальных и историко-культурных прототипов, транслирующих метафорической инновации информационно-интерпретативные импульсы и прогнозирующие ее «сюжетостроение»; 4) формирование за счет регулярных дискурсивных реализаций и разнообразных вариантов интерпретативной «раскрутки» стабильной структуры метафорических следствий с результирующей закрепления этой структуры в коллективном языковом сознании; 5) привязка к определенным субдискурсам (в нашем случае – к оппозиционному политическому дискурсу), что впоследствии делает метафорическую проекцию легко дешифруемой по причине общественного признания ее дискурсивной «прописки». К экстрадискурсивным факторам относятся происходящие в политической, экономической и культурной жизни социума события текущего момента.

Литература

1. Орлова О.В. Жизненный цикл и миромоделирующий потенциал медиаконцепта // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2010. Вып. 6 (69). С. 79–84.
2. Орлова О.В. Дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта: жизненный цикл и миромоделирующий потенциал. Томск : Изд-во Том. гос. пед. ун-та, 2012. 354 с.
3. Орлова О.В. Нефть: дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта. Томск : ТомСувенир, 2012. 224 с.
4. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). Екатеринбург, 2001. 238 с.
5. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Метафоры, которыми мы живем: преобразования прецедентного названия // Политическая лингвистика. 2007. Вып. 2 (22). С. 99–106.
6. Чудинов А.П. Российская политическая метафорика в начале XXI века // Политическая лингвистика. 2008. Вып. 1 (24). С. 86–93.
7. Чудинов А.П. Динамика российской системы моделей политической метафоры // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2010. № 12. С. 74–78.
8. Баранов А.Н. Дескрипторная теория метафоры. М. : Языки славянской культуры, 2014. 632 с.
9. Мальшева Е.Г. Метафорическая модель «спорт – это война» в журналистском спортивном дискурсе (на материале текстов современных печатных и электронных СМИ) // Вестник Томского государственного университета. 2009. № 328. С. 4–19.
10. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М. : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
11. Орлова О.В. *Вечность пахнет нефтью* как прецедентный текст современной культуры в Интернет-дискурсе (часть 1) // Сибирский филологический журнал. 2013. № 1. С. 190–202.
12. Орлова О.В. *Вечность пахнет нефтью* как прецедентный текст современной культуры в Интернет-дискурсе (часть 2) // Сибирский филологический журнал. 2013. № 2. С. 250–257.

13. *Кронгауз М.А.* Мем в русскоязычном интернете: опыт деконструкции // Русский язык и новые технологии. Школа актуальных гуманитарных исследований. М., 2014. С. 87–95.
14. *Гузаерова Р.Р.* Интернет-мем как знак современного медиапространства // Филология и культура. 2017. № 2 (48). С. 50–54.
15. *Лотман Ю.М.* Память в культурологическом освещении // Избранные статьи. Таллин, 1992. Т. 1. С. 200–202.
16. *Орлова О.В.* Миромоделирующий потенциал регионально маркированного медиаконцепта: концепт нефть в томской медиасфере // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2010. № 4 (12). С. 33–41.
17. *Орлова О.В.* Семантические трансформации концептов *нефть* и *труд* в малой прессе нефтедобывающих территорий (на примере газеты «Нарымский вестник») // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 353. С. 34–37.
18. *Орлова О.В.* Ассоциативно-смысловая корреляция *нефть* – *еда* в дискурсе русской поэзии революционной эпохи // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2013. Вып. 3. С. 187–191.
19. *Шейгал Е.И.* Семиотика политического дискурса. Волгоград : Перемена, 2000. 368 с.
20. *Невинская М.Д.* Концептуальная оппозиция «народ – власть» в политическом дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006. 24 с.
21. *Карасик В.И.* Рец.: Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена, 2000. 368 с. // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. Реферативный журнал. 2001. № 2. С. 52–57.
22. *Орлова О.В.* Роль культурного и вербального прототипов в дискурсивно-стилистической эволюции медиаконцепта // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2011. Вып. 3. С. 59–64.
23. *Левин Ю.И.* Семиотика советских лозунгов // Избранные труды. Поэтика. Семиотика. М. : Языки рус. культуры, 1998. С. 542–558.
24. *Осипова А.А., Шулежкова С.Г.* Советские лозунги в художественной литературе и в современной публицистике конца XX – начала XXI вв // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 4-4 (64). С. 161–166.
25. *Стеклова Т.И., Крылов Ю.В.* Новая жизнь старого жанра: к проблеме вариативности жанра (на материале лозунга и слогана) // Жанры речи. 2018. № 3 (19). С. 179–188.

The Media Concept Oil Today: The Formation of the Petroleum Metaphor

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology. 2020. 64. 76–92. DOI: 10.17223/19986645/64/6

Olga V. Orlova, Tomsk State Pedagogical University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: o.orlova13@yandex.ru

Keywords: media concept oil, discursive evolution, source domain of metaphorical expansion, petroleum metaphor.

The article proves the hypothesis that, in the discursive evolution of the media concept, the fact of the origin and consolidation of its ability to act not only as a recipient, the target of metaphorical projection, but also as a donor, a source that acquires the “right” to metaphorical expansion due to the growth of its semantic-interpretive resources, is especially important. For this purpose, the cognitive-semantic structure of the concept, as a result of its quantitative and qualitative discursive dynamics, should clearly identify, generalize, consolidate and categorize the semantic features that are becoming generally accepted, typified and stable at this moment. These semantic features in their specific dispositive-structural correlation become a procedural basis for the implementation of the concept in the cognitive source domain and its metaphorical expansion into various conceptual domains. The author’s analysis of the Rus-

sian-language media narrative of the past decade has marked a new stage in the discursive evolution of one of the media dominants of our time—the media concept *oil*. This concept actively evolves from a metaphorically unilateral target domain into a bilateral one, also becoming a source sphere, developing its metaphorical expansionary potential and creating a special petroleum metaphor. A number of intradiscursive and extradiscursive factors contribute to the formation of the petroleum metaphor based on the structure *lyudi/narod/naselenie/grazhdane – vtoraya/novaya nefi*’ (people/nation/population/citizens as another/new oil). The interdiscursive factors include: (1) the conflict-generating world modeling potential of the concept (formed in its previous discursive history) based on the opposition of the vectors of the semantic and axiological development of polar value-based valence; (2) the organic integration of metaphorical innovation into the central conceptual opposition of media and political discourses: people vs. power; (3) the actualization of verbal, historical and cultural prototypes, transmitting information-interpretive impulses to the metaphorical innovation and predicting its “plot-building”; (4) the formation of a stable structure of metaphorical consequences (as a result of regular discursive implementations and various variants of interpretive “promotion”) with the resulting consolidation of this structure in the collective linguistic consciousness; (5) the linking of the metaphorical model to certain subdiscourses (to the oppositional political discourse in the author’s case), which subsequently makes the metaphorical projection easily decipherable because of the public recognition of its discursive “registration”. The extradiscursive factors include current events in the political, economic and cultural life of society.

References

1. Orlova, O.V. (2010) The Life Cycle and World Modeling Potential of Media Concept. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 6 (69). pp. 79–84. (In Russian).
2. Orlova, O.V. (2012) *Diskursivno-stilisticheskaya evolyutsiya mediakontsepta: zhiznennyi tsikl i miromodeliruyushchii potentsial* [Discursive-Stylistic Evolution of Media Concept: Life Cycle and World-Modeling Potential]. Tomsk: Tomsk State Pedagogical University.
3. Orlova, O.V. (2012) *Neft’: diskursivno-stilisticheskaya evolyutsiya mediakontsepta* [Oil: The Discursive-Stylistic Evolution of the Media Concept]. Tomsk: TomSuvvenir.
4. Chudinov, A.P. (2001) *Rossiya v metaforycheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991–2000)* [Russia in a Metaphorical Mirror: A Cognitive Study of Political Metaphor (1991–2000)]. Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University.
5. Budaev, E.V. & Chudinov, A.P. (2007) “Metaphors We Live by”: Transformations of the Precedent Name. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 2 (22). pp. 99–106. (In Russian).
6. Chudinov, A.P. (2008) Russian Political Metaphorics at the Beginning of XXI Century. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 1 (24). pp. 86–93. (In Russian).
7. Chudinov, A.P. (2010) Dinamika rossiyskoy sistemy modeley politicheskoy metafory [Dynamics of the Russian System of Models of Political Metaphor]. *Aktual’nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*. 12. pp. 74–78.
8. Baranov, A.N. (2014) *Deskriptornaya teoriya metafory* [The Descriptor Theory of Metaphor]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul’tury.
9. Malysheva, E.G. (2009) Metaphorical Model “Sport Is a War” in Journalistic Sport Discourse (On the Material of the Texts of the Contemporary Printed and Electronic Media). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 328. pp. 4–19. (In Russian).
10. Lakoff, G. & Johnson, M. (2004) *Metafory, kotorymi my zhivem* [Metaphors We Live By]. Moscow: Editorial URSS.
11. Orlova, O.V. (2013) “Eternity Smells of Petroleum” as a Precedent Text of Modern Culture in the Internet Discourse (Part 1). *Sibirskiy filologicheskii zhurnal – Siberian Journal of Philology*. 1. pp. 190–202. (In Russian).

12. Orlova, O.V. (2013) "Eternity Smells of Petroleum" as a Precedent Text of Modern Culture in the Internet Discourse (Part 2). *Sibirskiy filologicheskij zhurnal – Siberian Journal of Philology*. 2. pp. 250–257. (In Russian).
13. Krongauz, M.A. (2014) Mem v russkoyazychnom internete: opyt dekonstruktsii [Meme on the Russian Internet: The Experience of Deconstruction]. In: Guseynov, G.Ch. et al. *Russkiy yazyk i novye tekhnologii* [The Russian Language and New Technologies]. Moscow: NLO. pp. 87–95.
14. Guzaerova, R.R. (2017) Internet Meme as a Sign of Modern Media Space. *Filologiya i kul'tura – Philology and Culture*. 2 (48). pp. 50–54. (In Russian).
15. Lotman, Yu.M. (1992) *Izbrannye stat'i* [Selected Articles]. Vol. 1. Tallinn: Aleksandra. pp. 200–202.
16. Orlova, O.V. (2010) World Modeling Potential of Regional Marked Media Concept: Concept Oil In Tomsk Media Sphere. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 4 (12). pp. 33–41. (In Russian).
17. Orlova, O.V. (2011) Semantic Transformations of Concepts Oil and Work in Oil-Extracting Areas Small Press(By Example of the Newspaper Narymsky Bulletin). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 353. pp. 34–37. (In Russian).
18. Orlova, O.V. (2013) Associative-Semantic Correlation Oil – Food in the Discourse of the Russian Poetry of the Revolutionary Era. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 3. pp. 187–191. (In Russian).
19. Sheygal, E.I. (2000) *Semiotika politicheskogo diskursa* [The Semiotics of Political Discourse]. Volgograd: Peremena.
20. Nevinskaya, M.D. (2006) *Kontseptual'naya oppozitsiya "narod – vlast'" v politicheskoy diskurse* [The Conceptual Opposition "People – Power" in Political Discourse]. Abstract of Philology Cand. Diss. Volgograd.
21. Karasik, V.I. (2001) *Rets.: Sheygal E.I. Semiotika politicheskogo diskursa*. Volgograd: Peremena, 2000. 368 s. [Book Review: Sheygal, E.I. (2000) The Semiotics of Political Discourse. Volgograd: Peremena. 368 p.]. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 6: Yazykoznanie*. 2. pp. 52–57.
22. Orlova, O.V. (2011) The Role of Cultural and Verbal Prototypes in Stylistic and Discursive Evolution of Media Concept. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 3. pp. 59–64. (In Russian).
23. Levin, Yu.I. (1998) *Izbrannye trudy. Poetika* [Selected Works. Poetics]. Semiotika. Moscow: Yazyki rus. kul'tury. pp. 542–558.
24. Osipova, A.A. & Shulezhkova, S.G. (2015) Soviet Slogans in Fiction and in Modern Journalism at the End of the 20th – the Beginning of the 21st Centuries. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Kemerovo State University*. 4-4 (64). pp. 161–166. (In Russian).
25. Steksova, T.I. & Krylov, Yu.V. (2018) New Life of the Old Genre: To the Problem of Variability in the Genre. *Zhanry rechi – Speech Genres*. 3 (19). pp. 179–188. (In Russian). DOI: 10.18500/2311-0740-2018-3-19-179-188