

Альмира Таткенова
Казанский (Приволжский) федеральный университет
(Россия)

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕДИАДИСКУРС И НЕКОТОРЫЕ СТРАТЕГИИ КРИТИЧЕСКОГО ДИСКУРС-АНАЛИЗА

Язык и стиль прессы, телевидения, радио продолжает оставаться в фокусе внимания ученых, занимающихся проблемами стилистики, теории речевого воздействия, когнитивистики, конверсационного анализа, а также междисциплинарных направлений, сочетающих различные подходы в изучении объекта. Исследовательский интерес обусловлен как богатым разнообразием жанров, представленных на страницах печатной прессы, теле- и радиоканалах, так и особенностями использования языковых средств, диктуемыми необходимостью воздействия на массовое сознание. Наиболее ярко воздействующий потенциал языка проявляется в политическом дискурсе, доступ к которому широкая публика получает благодаря средствам массовой информации (далее – СМИ).

Политический медиадискурс характеризуется как институциональный тип коммуникации, обеспечивающий взаимодействие и обмен информацией между двумя институтами: институтом политики и институтом СМИ, каждый из которых наделен полномочиями власти.

Если власть политических институтов заключается уже в их функции выражения определенных интересов и реализации социальной власти в политических целях, то, как указывают Гуревич и Блумлер [11, с. 274–275], власть СМИ имеет структурную, психологическую и нормативную обусловленность. Структурная обусловленность власти СМИ заключается в их уникальной возможности обеспечить политическому деятелю доступ к аудитории требуемого масштаба и контингента. Психологический аспект основан на доверии, которое различные медийные организации сумели завоевать у своей аудитории на протяжении своего существования. Нормативный характер власти СМИ в демократическом обществе основывается на свободе слова и необходимости предупреждения возможных злоупотреблений политическими полномочиями.

Исследователи, изучающие различные аспекты политической коммуникации, наиболее характерными ее чертами называют общественную направленность или публичность [5; 13], воздействие на массовое сознание [11], манипулятивное использование языковых средств [1; 5], смешение жанров (например, стиля každодневной речи и официально-

го стиля, вкрапление элементов экономического, научного дискурсов [10]), авторство текста, адресность, общедоступность и эзотеричность (понятность только специалистам), ритуальность и информативность, институциональность и личностный характер коммуникации, редуционизм и полноту информации, стандартность и экспрессивность, диалогичность и монологичность, явную и скрытую оценочность, агрессивность и толерантность [3].

Политический дискурс в СМИ подразделяется исследователями [11, с. 15] на три вида:

- дискурс политических деятелей в СМИ, к которому можно отнести парламентские дебаты, партийные конференции, саммиты, заявления и т. д.;
- дискурс журналистов о политике и политических деятелях в СМИ, включающий репортажи, аналитические жанры, комментарии дикторов, корреспондентов с места событий;
- и, наконец, дискурс журналистов и политиков в СМИ, обеспечивающий диалог между представителями политических кругов и журналистов, в основном в виде интервью.

Главные социальные роли в политическом дискурсе принадлежат профессиональным политикам (членам парламента, правительства, лидерам и членам политических партий), поскольку именно они служат источником информации и формируют общественное мнение. Неоспоримое главенство политических фигур порождает сама цель данного типа дискурса, которое формулируется исследователями как «борьба за гегемонию» [9, с. 92] или «борьба за завоевание и удержание власти» [2, с. 43].

Осуществление власти становится возможным благодаря идеологическим механизмам, которые приводятся в действие через использование языковых средств, когда, например, так называемые кодифицированные словарями значения формируют у реципиента информации нужные установки и требуемое восприятие людей, событий, действительности – при этом сама идеологическая насыщенность подобного текста остается незамеченной и не осмысливается критически. Идеология, по Фэйрклафу [9, с. 92], – это создание/конструирование действительности (физического мира, социальных отношений, социальных идентичностей) посредством различных форм/значений дискурсивных практик, которые способствуют созданию, воссозданию или преобразованию отношений доминирования/господства. Идеологии, преподносимые в виде универсализированных значений, служат интересам определенных групп в борьбе за власть.

Отношения *идеология-власть* есть первоначальная цель критического дискурса-анализа. Среди нескольких школ, работавших в данном направлении, наиболее известны учения ван Дайка, Водак и Фэйрклафа, которые хоть и не идентичны друг другу, но имеют общие свойства: все они ориентированы на выявление роли языка в осуществлении власти в обществе и в последующих отношениях доминирования и подчинения. Подобный акцент в исследованиях делает критический подход к анализу дискурса весьма эффективным при изучении всех видов неравенства и дискриминации, начиная от дискриминации по признаку пола и заканчивая расовым неравенством.

Если за отправную точку взять принятое в критическом дискурсе-анализе понимание дискурса [8, с. 258] как формы социальной практики, конструирующей ситуации, социальные идентичности людей, социальные отношения между людьми и группами людей, то более чем иллюстративным в этом отношении является политический дискурс, так как он воспроизводит и изменяет социальный мир, воспроизводя или изменяя представления людей о нем. Наряду с репрезентацией и классификацией действительности, в дискурсе репрезентируются и классифицируются как отдельно взятые индивиды, так и группы людей.

В данной статье изложены некоторые выводы, сделанные в результате исследования политического дискурса, представленного на страницах печатной прессы, а именно политических интервью. Применение приемов критического дискурса-анализа позволяет выявить доминирующие идеологии, в частности гендерные идеологии, скрывающиеся за способами репрезентации, которым отдают предпочтение основные участники политической коммуникации.

Ван Льюэн выделяет следующие способы репрезентации [14, с. 46–57]:

- обобщение / конкретизация: 1) индивидуализация; 2) ассимиляция;
- номинация (имена собственные);
- категоризация: 1) функционализация по роду деятельности; 2) идентификация: а) классификация по возрасту, полу, происхождению, сословию, благосостоянию, расе, национальности, религии и т. д.; б) идентификация по родственным связям; в) физическая идентификация по индивидуальным физическим характеристикам.

Способы репрезентации людей Фейрклаф дополняет включением / исключением, активизацией / пассивизацией, грамматической ролью, существительным / местоимением, личной / безличной репрезентацией и др. [7, с. 145–146].

В выявлении импликации и идеологической нагрузки какой-либо репрезентации человека ведущая роль, безусловно, должна принадлежать

не субъективному восприятию и соответствующей интерпретации исследователя, а четким критериям оценки, которые позволят обосновать дискриминационный или, наоборот, абсолютно нейтральный характер высказывания. В этом отношении целесообразным представляется применение в анализе пяти стратегий, показанных в работе Водак [15, с. 44–45]. Так, стратегии референции (к которым можно отнести вышеперечисленные способы репрезентации) она дополняет 1) предикационными стратегиями, наделяющими индивидов, членов групп или целые группы определенными оценочными (позитивными или негативными) характеристиками в имплицитной или эксплицитной форме; 2) аргументационными стратегиями, которые помогают автору высказывания обосновать/аргументировать позитивные или негативные оценки; 3) стратегиями перспективизации, посредством которых говорящие выражают свою вовлеченность в дискурс и свою точку зрения в порождении или цитировании дискриминирующих высказываний; и 4) стратегиями интенсификации или уменьшения, которые увеличивают или уменьшают иллюкутивную силу высказывания.

Рассмотрим способы репрезентации на конкретных примерах, отобранных из корпуса проанализированного нами материала.

– Получается, что Райс хочет напоследок перессорить европейцев между собой. Зачем ей это нужно?

– Последнее время с ней вообще что-то очень странное происходит. Надо постараться понять эту женщину, у которой, казалось, весь мир был в кармане. И вдруг Маккейн проиграл – и ей снова придется зарабатывать на жизнь лекциями.

– Значит, вы не ждете приятных сюрпризов от встречи натовских министров иностранных дел?

– Я хорошо знаю этих людей. Они не дураки. Думаю, не в интересах Запада сейчас ломать стенку к соседям, где в одной квартире бьется меж двух Викторов экспрессивная женщина, не зная кому довериться, а в другой – бегает опасный уголовник с ножиком [Известия, 27.11.2008].

Как видно из примеров, пол противника становится одним из инструментов негативной репрезентации, когда оппонентом является женщина-политик. В политической коммуникации ссылка на пол оппонента являет собой прием делегитимизации, поскольку в институциональном контексте она абсолютно неуместна и подобна ссылке на чью-либо национальную принадлежность – в обоих случаях высказывания носят дискриминационный характер.

Как верно подмечает Кантер [12, с. 208] в работе, посвященной роли женщин в корпорациях, женщины, будучи меньшинством, часто воспринимаются как символ, олицетворение категории, нежели индивиды. В вышеперечисленных примерах лексема «женщина» приобретает символический характер: действия женщины-политика рассматриваются не как действия представителя политического института, а индивидуализированы. Другими словами, вместо ожидаемой функционализации (представитель администрации, член правительства) возникает категоризация по признаку гендера.

Хотя имплицитные коннотативные значения в данном контексте содержит сама лексема «женщина», в высказываниях имеются эксплицитные характеристики «странное» (поведение), «экспрессивная»: «странность» подразумевает нелогичность действий, которые не поддаются пониманию и объяснению, «экспрессивная» вызывает, согласно сложившимся стереотипам, образ чрезмерно говорливой и эмоциональной собеседницы.

Аргументы и вытекающие из них выводы и заключения образуют так называемый топос [15, с. 74]. В вышеперечисленных случаях имеет место *locus a nominis interpretatione* – топос определения, который гласит: если действие, объект или лицо (группа лиц) получают название X, то действие, объект или лицо (группа лиц) обладает или должны обладать качествами/характеристиками/свойствами, содержащимися в значении X. Отношения между аргументом и выводом превращаются таким образом в замкнутый круг: политики, о которых идет речь, странные, нелогичные, экспрессивные, эмоциональные, так как они женщины; и, поскольку они женщины, ожидается, что все вышеперечисленные характеристики им присущи. (Перечень примеров невозможно не дополнить высказыванием, прозвучавшем из уст Доналда Трампа в адрес его оппонента Хилари Клинтон на недавних предвыборных дебатах кандидатов на пост президента США: «What a nasty woman»/«Какая мерзкая женщина».) Как показывает анализ фактического материала, делегитимизация мужчины, противника по политическим взглядам, основывается на иных параметрах, чем гендер: оценке подвергается его политический курс, действия, но он не рассматривается через призму своей гендерной принадлежности.

Стереотипы и предубеждения, укоренившиеся в подсознании членов общества, воссоздаются не только представителями политических институтов, но и журналистами, главным критерием работы которых является объективность и максимальная беспристрастность. Проана-

лизированные тексты политических интервью наглядно иллюстрируют, как различаются в содержательном плане беседы с мужчинами- и женщинами-политиками.

Если политик, участвующий в интервью, должен обладать [6] тремя качествами: 1) новостной ценностью (достижения в политике и других профессиональных сферах), 2) символической ценностью (личная, «закулисная» жизнь) и 3) развлекательной ценностью (быть хорошим и остроумным рассказчиком), то в исследованных интервью степень первых двух ценностей пропорциональна полу собеседника.

– *Для деловой женщины очень важно всегда хорошо выглядеть. У вас есть какая-то женская хитрость, чтобы оставаться в форме?* [Газета Недели в Саратове, 03.08.2010].

– *Любовь Константиновна, существует ли у вас, женщины, какая-то особая стратегия по руководству Госдумой, состоящей в большинстве из мужчин? Бывает ли лично для вас это большинство подавляющим?* [Известия, 26.06.2006].

– *Женщины обычно ревнивы к своим «соплеменницам». Но, признаюсь, меня однажды поразили поэтичность и образность вашего отзыва в прессе об Ирине Хакамаде, а ведь она в чем-то ваш конкурент на политическом поле. Или вы лояльны к коллеге потому, что женщин в политике — наперечет?* [Известия, 26.06.2006].

– *А как женщина вы счастливы?*

– *Я в своей жизни сделала все, что надо: родила и вырастила сына...* [Комсомольская правда, 07.04.2009].

– *Сейчас в нашем правительстве три женщины-министра. Как чувствуете себя в «мужском» Кабмине?*

– *Я долго была замминистра финансов. Привыкла работать с мужчинами, никаких проблем в общении с ними у меня нет. Не в обиду коллегам-женщинам будет сказано, но для меня общаться с мужчинами значительно проще, чем с женщинами. Всегда так было* [Комсомольская правда, 02.04.2009].

Мужчине-политику, как правило, задают вопросы, связанные с его функциональными обязанностями как премьер-министра, члена парламента, представителя политической партии; в интервью с женщинами их символическая ценность ставится выше новостной: как правило, значительная часть вопросов посвящена их личной жизни (в 50 % интервью с женщинами-политиками), в том числе самыми популярными темами являются досуг и хобби, внешность и стиль, семья и семейные роли, отношения с мужчинами-коллегами. Следует отметить, что жен-

щины-политики также способствуют усилению роли существующих гендерных стереотипов (как в последнем примере).

Как верно отмечает А. Чудинов [4, с. 13], критический дискурс-анализ помогает «выявить имплицитно выраженные бессознательные установки коммуникантов и на этой основе показать результаты воздействия дискурса на восприятие информации». Применение некоторых приемов и стратегий критического анализа в изучении медийного политического дискурса, продемонстрированное на отдельных примерах, отобранных из текстов интервью, позволило выявить, что идеологические ориентиры привносятся в процесс коммуникации не только представителями официальной власти (как мужчинами, так и женщинами), но и представителями медиа. Идентификация по полу в институциональном типе дискурса возникает, когда женщина является политическим оппонентом, а также непосредственным участником процесса коммуникации в роли интервьюируемого. Если в первом случае ссылка на гендерную принадлежность представляет собой орудие делигитимизации противника, во втором – она смещает дискуссию с профессиональной плоскости в сферу личной жизни политика, нарушая тем самым тематическую последовательность интервью и, в большинстве случаев, воспроизводя доминирующие представления о ролях мужчины и женщины в обществе.

В данной статье мы ставили целью показать некоторые аспекты применения стратегий критического дискурс-анализа: приемы критического подхода позволяют исследователю дешифровать идеологически нагруженные импликации; вместе с тем они могут пополнить аналитический инструментарий будущих журналистов, помогая оценить степень нейтральности своего текста и придерживаться в работе основного требования профессиональной журналистики: максимально возможной объективности.

Литература

1. Ахатова, Б. А. Политический дискурс и языковое сознание / Б. А. Ахатова. – Алматы: Экономика, 2006. – 302 с.
2. Маслова, В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? / В. А. Маслова, // Политическая лингвистика (Екатеринбург). – 2008. – Вып. 1 (24). – С. 43–48.
3. Чудинов, А. П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации / А. П. Чудинов // Политическая лингвистика (Москва). – 2012. – Вып. 2 (40). – С. 53–59.
4. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие / А. П. Чудинов. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 254 с.

5. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук / Е. И. Шейгал. – Волгоград: ВГПУ, 2000. – 431 с.
6. Bell, Ph. Media interview. Confession, contest, conversation / Ph. Bell & Th. van Leeuwen. – Kensington: Southwood Press, 1994. – 257 p.
7. Fairclough, N. Analysing discourse. Textual analysis for social research / N. Fairclough. – London/New York: Routledge, 2004. – 279 p.
8. Fairclough, N. Critical discourse analysis / N. Fairclough & R. Wodak // Discourse as social interaction. – London/New Delhi: Sage Publications, 1997. – P. 258–284.
9. Fairclough, N. Discourse and social change / N. Fairclough. – UK: Polity Press, 1992. – 269 p.
10. Fairclough, N. Media discourse / N. Fairclough. – London/New York/Sydney/Auckland: Arnold, 1995. – 214 p.
11. Gurevitch, M. Linkages between the mass media and politics: a model for the analysis of political communications systems / M. Gurevitch & J. G. Blumler // Mass communication and society. – London: The Open University Press, 1997. – P. 270–290.
12. Kanter, R. M. Men and women of the corporation / R. M. Kanter. – USA: Basic-Books, 1993. – 390 p.
13. Lauerbach, G. E. Introduction / G. E. Lauerbach & A. Fetzer // Political discourse in the media. Cross-cultural perspectives. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007. – P. 3–28.
14. van Leeuwen, Th. The representation of social actors / Th. van Leeuwen // Texts and practices. Readings in Critical Discourse Analysis. – London/New York: Routledge, 1996. – P. 32–70.
15. Wodak, R. Discourse and racism / R. Wodak & M. Reisigl // The Handbook of Discourse Analysis. – UK: Blackwell Publishers, 2001. – P. 372–397.

Елена Тихомирова

*Белорусский государственный университет
(Беларусь)*

ЕЩЕ ОДНА ВОЗМОЖНОСТЬ В ТЕКСТЕ ЭЛЕКТРОННОГО СМИ ПОКАЗАТЬ НЕ-ИСТИНУ КАК ИСТИНУ

Каждый должен научиться вычитывать смысл или его отсутствие из предлагаемых ему текстов. По мысли Б. Гаспарова, речь человека опирается на «цитатный фонд» памяти: «Языковая память каждого говорящего формируется бесконечным множеством коммуникативных актов, реально пережитых и потенциально представимых» [1, с. 106]. В такой фонд памяти, на наш взгляд, входит и структура новостного сообщения.