freedom – 2 %, *peace* – 1,5 %, *family reunion, relief* – 0,7 %, *a new start* – 0,2 %. Ассоциации подобного рода возникли у испытуемых в возрасте от 38 лет и старше.

По ходу эксперимента был выявлен интересный, на наш взгляд, факт: чем младше информант, тем агрессивнее его реакции на слово-стимул «death», тем «мрачнее» ассоциации. Скорее всего, это объясняется тем, что на «металлистов»-подростков с их неустойчивой психикой, несформировавшимися взглядами на жизнь и стремлением выделиться из толпы, подобного рода музыка оказывает гораздо более сильное влияние, чем на взрослых, «зрелых» представителей ме́тал-субкультуры. Так, ассоциации типа *rot, torture, hell, Satan, maggots, corpse, darkness* и т. п. были получены от информантов в возрасте от 14 до 22 лет. Испытуемые от 23 до 37 лет уже не ограничивались только резко отрицательными ответами, среди прочих ассоциаций были *nothingness, inevitability, uncertainty* и т.п. И только информанты в возрасте от 38 до 45 лет видели в смерти и нечто положительное: *peace, family reunion, a new start* и т.д.

Таким образом, проведенный анализ позволил проследить влияние субкультуры ме́тал на языковую картину мира ее представителей.

Литература

1. *Красных, В.В.* От концепта к тексту и обратно / В.В. Красных // Вестник МГУ. Сер. 9, Филология. – 1998. – № 1. – С. 33 – 70.

2. *Лихачев, Д.С.* Концептосфера русского языка / Д.С. Лихачев // Известия РАН. Сер. литературы и языка. – 1993. – Т. 52. – № 1. – С. 3 – 10.

3. *Маслова, В.А.* Введение в лингвокультурологию / В.А. Маслова. – М., 1997.

4. *Mudrian, A.* Choosing Death: The Improbable History of Death Metal & Grindcore / A. Mudrian. – Feral House, 2006.

УДК 811.111

М.А. Семкин

Научный руководитель: кандидат филологических наук, профессор И.М. Шеина

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО ДИСКУРС-АНАЛИЗА

В статье дается краткий обзор становления политической лингвистики, анализируются ее основные направления как сферы дискурс-анализа. Особое внимание уделяется жанру политического комментария. Отмечается, что политическая коммуникация является медиа-опосредованной, что обусловливает прикладной характер изучения политической коммуникации с привлечением разнообразных методик дискурс-анализа.

Политическая коммуникация, масс-медиа, дискурс, политический комментарий.

The article considers the formation of political linguistics and analyzes its main trends as a sphere of discourse-analysis. Special attention is paid to the genre of political commentary. It's concluded that political communication is media-mediated that requires application of multiple methods of discourse analysis.

Political communication, mass media, discourse, political commentary.

Целью статьи является установление основных характеристик политического комментария как отдельного жанра политического дискурса. Но вначале нам представляется важным рассмотрение становления политической лингвистики.

Вопросы теории политического дискурса и дискурс-анализа находятся в фокусе пристального внимания отечественных представителей политической лингвистики (А.П. Чудинов, Э.В. Будаев, Е.И. Шейгал, В.Н. Базылев, О.Л. Михалева), а также раскрываются в работах зарубежного ученых (G. Lacoff, T. Belt, C. Schaeffner, P. Cap). Исследования политической коммуникации в интердисциплинарном аспекте приобрели сегодня ряд новых методологических ориентиров. Политическая коммуникация изучается в разных аспектах, с привлечением инструментария социологии, психологии, стилистики, риторики, теории массовых коммуникаций и т.д.

До возникновения политической лингвистики как отдельного направления дискурс-анализа интерес к политической коммуникации наблюдался в рамках классической риторики (Аристотель, Платон), где рассматривались критерии успешности выступления политиков, их риторическое мастерство; достоинства и недостатки речей лидеров. В дальнейшем с возросшей ролью СМИ в жизни социума, с развитием демократических институтов Западной Европы и Северной Америки, а также со значимыми социально-историческими событиями античная традиция анализа политической речи была продолжена и дополнена новыми подходами.

Первая мировая война, приведшая к огромным человеческим потерям, стала точкой отсчета для становления политической лингвистики как научной дисциплины в сегодняшнем ее понимании [1]. Пропагандистское противостояние враждующих стран

предопределило исследования о механизмах манипулятивного воздействия на общественное мнение; внимание исследователей (Г. Лассвелл, У. Липпманн) направляется на изучение эффективности пропаганды и агитации. Пропаганде отводится ведущая роль в реализации политических целей, а СМИ приписываются поистине безграничные возможности воздействия на мышление и поведение человека.

Пропаганда рассматривается как одно из мощных орудий реализации политических целей, нередко превосходящее по результативности прямое силовое давление [13]. Выясняется, что массовая коммуникация выполняет функцию компенсации и замещения разрушенных социальных связей и в силу этого оказывает на каждого отдельного изолированного индивида ничем не опосредованное влияние, которому он совершенно не в состоянии противостоять. Согласно работам У. Липпманна, восполнение социальных связей выражается в предоставлении по медиаканалам информации о мире, находящейся за пределами доступа современного человека; неверифицируемость предоставляемой в СМИ информации дает средствам массовой информации почти неограниченные возможности контроля над сознанием людей [17].

Со временем взгляд на характер воздействия на аудиторию претерпевает изменения. Важной вехой на этом пути стала Вторая мировая война, в ходе которой раскрылись новые возможности пропаганды и агитации, сильные и слабые стороны пропагандистского воздействия. Так, если в 1920-х годах влияние СМИ на человека рассматривалось как «индоктринация» индивида, непосредственно проникающая в сознание человека и лишающая его возможности рационально мыслить и делать обоснованные выводы, то в 1940-е годы делается вывод о том, что воздействие СМИ носит нелинейный характер, а аудиторию нельзя воспринимать как послушную массу, некритически воспринимающую информацию [12]. Каждый человек имеет собственные вкусы, предпочтения и интересы, в соответствии с которыми происходит выборочное потребление информации из СМИ. Так, делается вывод о том, что массовая коммуникация функционирует через многочисленные промежуточные и параллельные факторы. Для того чтобы их обнаружить, социологи больше полагаются на результаты эмпирических исследований, прежде всего – поведения избирателей [15].

Внимание ученых сосредотачивается на эмпирических исследованиях в борьбе за точное знание реакции аудитории на медийные сообщения. Предлагается теория двухступенчатого потока информации (two-step flow theory) [14], исходя из которой сообщение, посланное аудитории, достигает сначала в наибольшей степени «лидера мнения» группы, а затем распространяется на других менее активных последователей. «Лидеры мнения» в социологии начинают рассматриваться как связующее звено между средствами массовой информации и массой, нуждающейся в ориентации. Так, в теории П. Лазарсфельда признается существование некоего посредника между отправителем информации и аудиторией.

Схожий механизм имеет теория информационных барьеров, предложенная К. Левиным [16]. Согласно данному механизму, контроллер (“gate keeper”) отвечает за выбор новостей и их прохождение по каналам коммуникации. Контроллер может быть занят исправлением освещения события в масс-медиа и его подачей в более благоприятном виде, после того как информационное развитие приняло неблагоприятный оттенок.

Исследования 1960 – 1990-х годов сосредотачивались на изучении коммуникативной практики в современных демократических государствах. На данном этапе наблюдается относительно меньшее, чем на предшествующих стадиях, внимание к воздействию масс-медиа на аудиторию [18]. Для работ этого периода характерен сдвиг внимания на содержание сообщений масс-медиа, а также на исследование организации СМИ с точки зрения как их внутренней структуры, так и их места в широком контексте социальной, экономической, политической организации общества.

Итак, именно переход к полипарадигмальному научному подходу, подкрепленный усиливающей медиатизацией жизни общества, предопределил появление такого актуального направления в языкознании, как политическая лингвистика. Основываясь на результатах современных междисциплинарных исследований дискурса, можно подойти к изучению текстов сообщений массовой коммуникации иначе, чем это делалось ранее в контексте отдельных социальных, философских и политических наук. Определяющим свойством этой новой тенденции является ее направленность на изучение самих речевых сообщений как сути процесса массовой коммуникации [2].

Политическая речь, рассматриваемая через призму языкознания, тесным образом связывается с массовой коммуникацией, поскольку политика рассчитана на массы [10]. «Политик, претендующий на сколько-нибудь значительную роль в общественной жизни своей страны, должен активно использовать медийную информационную сферу, чтобы иметь реальную возможность заявить о себе и обеспечить продвижение своих идей, опираясь на поддержку общественного мнения» [4]. Взаимодействие политики и масс-медиа определяется тем, что политики реализуют идеи в медиапространстве, а журналисты заинтересованы в предоставляемой им, а затем в передаваемой ими же информации. У политиков, как правило, минимизированы возможности прямого контакта с массовой аудиторией, именно поэтому роль СМИ трудно переоценить. Политическая речь (дискурс) использует все возможности трансляции и является, таким образом, многоканальным феноменом. Цель политического дискурса – направленное воздействие на аудиторию, с тем чтобы сформировать у нее определенные взгляды, мнения, отношения.

Политический дискурс включает в себя ряд жанров, разделяемых по характеру ведущей интенции на следующие виды: а) ритуальные жанры (инаугурационная речь, юбилейная речь, традиционное радио-

обращение); б) ориентационные жанры, представляющие собой тексты информационно-прескриптивного характера (партийная программа, манифест, конституция, послание президента о положении в стране, отчетный доклад, указ, соглашение); в) агональные[1] жанры, где особо заметна борьба за власть, за умы избирателей (лозунг, рекламная речь, предвыборные дебаты, парламентские дебаты) [9]. Одним из агональных жанров политической коммуникации является политический комментарий, понимаемый нами как сопроводительные соображения, критические замечания, направленные на определенный объект (событие, лицо и т. п.).

Термин «жанр» продолжает толковаться исследователями по-разному. Часть исследователей использует этот термин в узком смысле, как вид литературных произведений [7]. К этой же группе можно отнести работы, разграничивающие жанры речи на монолог, диалог, полиолог [3].

Другие авторы используют понятие «жанр» в самом широком смысле. Так, речевым жанром может быть названа «любая часто повторяющаяся (ставшая конвенциональной) речевая модель взаимодействия с предсказуемым набором языковых средств, действий, участников, тем, а также с определенной окружающей обстановкой» (перевод мой. – *М. С.*) [11]. К перечисленным жанровым характеристикам также можно добавить [6] необходимость наличия особой референтной ситуации, канала связи, общего контекста.

С нашей точки зрения, классическое понимание жанра в силу своей ограниченности малопригодно для лингвистического исследования дискурса политического комментария. Понимание жанра речи в широком смысле позволяет нам более эффективно проанализировать интересующее нас явление с учетом ряда критериев.

Так, в жанровом отношении политический комментарий основывается на ряде критериев (характере участников коммуникации; специфике канала связи; используемых дискурсивных стратегиях, языковых средств; референтного политического явления; темпоральности, хронотопа).

С точки зрения **участников** коммуникации, политический комментарий определяется наличием автора сообщения (политического обозревателя, колумниста, аналитика, репортера, интервьюера, очеркиста, комментатора, рецензента) и характером целевой аудитории (широких масс, профессиональной среды).

Политический комментарий протекает по определенным **каналам связи**: в Интернет-среде, а также в масс-медиа. Каждое средство массовой информации характеризуется особым набором медийных признаков, которые оказывают существенное влияние на передаваемое сообщение. Так, в газете или журнале словесная часть текста может быть усилена графическим оформлением и иллюстрациями, на радио – голосовыми возможностями и звуковым сопровождением, на телевидении – видеорядом.

Анализ объекта в политическом комментарии предопределяет использование автором определенных **дискурсивных стратегий**. Отношение комментатора к описываемой ситуации может варьироваться в виде типа высказывания, ориентированного на участников речи: призыв, вопрос, ответ, предупреждение, критика.

Своеобразие дискурса политического комментария характеризуется определенным тематическим содержанием, публицистическим стилем, композиционным построением. Способ изложения выбирается автором из учета максимального воздействия на реципиента. **Языковые средства**, используемые в дискурсе политического комментария, как правило, включают в себя яркие, экспрессивные выражения для наиболее эффективного воздействия на получателя информации, как можно более полного доведения до адресата авторского смысла. Если комментарий направлен на специализированную аудиторию (политики, эксперты, аналитики), то сообщение может содержать в себе термины, профессионализмы без разъяснения.

Политический комментарий имеет предметом рассмотрения некое **референтное политическое явление**. Коммуникативным событием, побуждающим автора комментария к созданию текста, как правило, является политическое событие. Важно отметить, что политический комментарий чаще всего **темпорально** близок к описываемым событиям. Это предопределяет его дискурсивный характер: связи комментария с действительностью легко восстанавливаются.

Комментарий всегда имеет своим предметом рассмотрения определенное событие, факт, ситуацию; данный жанр может считаться относительно оперативным [5]. В системе жанров журналистики наличие комментария к факту является критерием, отделяющим аналитические жанры от чисто информационных, объектом которых является сам факт. В этом случае комментарий выступает не в качестве жанра, а элементом жанровой структуры.

В политическом комментарии делается первичный анализ ситуаций и проблем и прогнозирование их развития. Поэтому политический комментарий может быть назван ситуативно-аналитическим жанром политической коммуникации.

В распоряжении комментатора нередко – всего несколько часов. Он пишет прямо в очередной номер, обозначая своим сжатым текстом позицию газеты, ее отношение к предмету комментирования. Успешно решить задачу, связанную с оперативным комментированием важного события, способен лишь эрудированный журналист, свободно владеющий необходимым для этого материалом и мастерством. Поэтому подготовку комментария обычно поручают обозревателю – многоопытному работнику редакции – или корреспонденту одного из отделов редакции, специализирующемуся на теме, имеющей отношение к предмету комментирования. Комментарий обычно невелик по объему, деловит по стилю [5].

Новые модификации, возникающие в устной форме политического дискурса в результате жанро-

[1] «Агональный» (от греч. *агон* – борьба, состязание) – связанный с состязанием, соревновательностью.

вых трансформаций, делают его жанровую систему разнообразнее и сложнее.

Одной из разновидностей современного политического комментария является так называемая *прямая линия*, представляющая собой дистанционный публичный диалог типа «вопрос – ответ» между аудиторией СМИ и политическим деятелем. В процессе «прямой линии» первые лица государства дают свою оценку и интерпретацию событий в режиме онлайн. Такое общение можно назвать многоаспектным политическим комментарием, дающим ответы на актуальные вопросы современности. Тематика подобного комментария задается аудиторией, и в результате такого общения актуализируются темы, волнующие общественность. В то же время в «прямой линии» адресаты, задающие вопрос, выступают в роли непрофессиональных субъектов коммуникации, что предопределяет упрощенный характер представления информации.

Разновидностью современного политического комментария является и так называемая *авторская колонка*, породившая особое явление в современных масс-медиа – так называемую «колумнистику». Колумнистика[1] представляется жанром периодичных авторских высказываний в определенном издании. Колумнист пользуется авторитетом у публики и может быть как публичной персоной, не владеющей специальными знаниями, так и признанным экспертом в определенной области. Колумнист имеет собственный узнаваемый стиль изложения и, как правило, озвучивает сложившуюся точку зрения с привлечением фактов, аргументов, контр-аргументов, статистических и социологических данных [8].

Таким образом, можно видеть, что комментаторы способны скрыто управлять сознанием аудитории. Политическая речь строится на основе взглядов субъекта высказывания. Автор политического комментария намеренно привлекает те факты жизни общества, которые иллюстрируют его позицию, выстраивает их определенным образом, давая им собственную оценку, что определяет высокую степень субъективности. Иными словами, степень субъективности политической речи определяется избирательным набором фактов (выдвижением одних и замалчиванием других), а также модальностью (выражением личного отношения к объекту высказывания).

Мы видим, что политический комментарий по степени потенциального воздействия на аудиторию относится к наиболее интересным для исследования жанрам. Представляется актуальным исследование дискурса политического комментария в русле политической лингвистики как активно развивающегося научного направления, интегрирующего различные области научного знания, политического опыта и социальной практики.

[1] От англ. *column* – колонка.

Литература

1. *Будаев, Э.В.* Становление и эволюция зарубежной политической лингвистики / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов // Политическая лингвистика / Урал. гос. пед. ун-т; гл. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург, 2006. – Вып. 20. – С. 75 – 94.
2. *Ван Дейк, Т.А.* Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Ван Дейк. – М., 2000.
3. *Винокур, Т.Г.* Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения / Т.Г. Винокур. – М., 1993.
4. *Володина, М.Н.* О роли СМИ в процессе политической коммуникации / М.Н. Володина // Политическая лингвистика / гл. ред. А.П. Чудинов; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2010. – Вып. 4(34). – С. 9 – 12.
5. *Гуревич, С.М.* Газета: вчера, сегодня, завтра / С.М. Гуревич. – М., 2004.
6. *Долинин, К.А.* Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия / К.А. Долинин // Жанры речи: сб. науч. ст. – Саратов, 1999. – С. 8 – 14.
7. *Каган, М.С.* Морфология искусства. Историко-теоретическое исследование внутреннего строения мира искусств. – М., 1972.
8. *Чупринин, С.И.* Колумнистика / С.И. Чупринин // Журнальный зал. Библиотека журнала «Знамя». – URL: http://magazines.russ.ru/znamia/red/chupr/book/kolumn80.html
9. *Шейгал, Е.И.* Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – Волгоград, 2000.
10. *Fetzer, A.* Political Discourse in the Media / A. Fetzer, G. Lauerbach; John Benjamins Publishing Company. – Amsterdam; Philadelphia, 2007.
11. Intercultural Communication: a Discourse Approach / Ron Scollon and Suzanne Wong Scollon. – Blackwell Publishing, 2001. – P. 35.
12. *Klapper, J.T.* The Effects of Mass Communication / J.T. Klapper. – N. Y., 1960. – P. 19.
13. *Lasswell, H.D.* Politics: Who Gets What, When and How / H.D. Lasswell // The Political Writings of H.D. Lasswell. – Glencoe, 1951. – P. 295 – 461.
14. *Lazarsfeld, P.* The People's Choice / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. – N. Y., 1968.
15. *Lazarsfeld, P.* Personal Influence / P. Lazarsfeld, E. Katz. – N. Y., 1955.
16. *Lewin, K.* Frontiers in Group Dynamics. Human Relations / K. Lewin. – London, 1947. – V. 1, № 2.
17. *Lippmann, W.* Public Opinion / *W. Lippmann*. – N.Y., 1997.
18. *Taylor, Paul A.* Critical Theories of Mass Media / Paul A. Taylor, Jan LI Harris. – Open University Press, 2008.