Л.И. Мухамадиева

Казахский Национальный Университет им. аль-Фараби,

 Алматы, Казахстан. e-mail: Larissa\_2300@mail.ru

**Информация в политическом дискурсе СМИ**

Рассматривая дискурс как понятие, приходится констатировать, что это один из наиболее сложных и менее всего поддающихся четкому определению терминов. Исследователи определяет его как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами;… речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие…» /1/. Таким образом, дискурс - сам текст как изолированный вербализованный результат речи и контекст, в котором он функционирует, – ситуативный и культурный. Язык как абстрактная знаковая система реально существует в виде дискурсов. Принимая во внимание тот факт, что дискурс создается в определенной ситуации общения, где участники обладают различными социальными ролями и установками, выделяют два типа дискурса - персональный (личностно-ориентированный) и институциональный (статусно-ориентированный). Нас интересует последний, институциональный дискурс, который представляет собой общение в заданных рамках ролевых отношений и выделяется на основании двух признаков: цель и участники общения. К этому типу относится и политический дискурс СМИ /2/.

В основном политическая коммуникация опосредована дискурсом СМИ. В дискурсе масс-медиа журналисты выступают в качестве посредников между политиками-профессионалами и массовой аудиторией непрофессионалов. Журналисты «рассказывают» о политике и политиках и, соответственно, формируют общественное мнение. Таким образом, средства массовой коммуникации становятся практически единственным средством общения политиков и народа.

Обладая множеством сходных черт, дискурс СМИ и политический дискурс пересекаются. Например, выступление политика на конференции представляет собой политический дискурс, а его транслирование по телевидению (с неизбежной в этом случае вводкой, т.е. предваряющим комментарием ведущего, и отбором отснятого материала) – уже политический дискурс СМИ. Текст закона относится к политическому дискурсу, а новостная заметка о его принятии или разъяснение его действия в авторской колонке – политический дискурс СМИ. Репортаж о вручении кинематографической премии – дискурс СМИ, репортаж о вручении правительственных наград – политический дискурс СМИ.

Таким образом, политический дискурс СМИ возникает в области пересечения политического дискурса и дискурса СМИ. В качестве рабочего определения исследователи предлагают использовать следующее: политический дискурс СМИ - сложное коммуникативное явление, имеющее своей целью борьбу за власть посредством формирования общественного мнения, включающее текст как вербализованный результат речи, контекст – ситуативный, социокультурный и прагматический, а также специальные языковые средства, отвечающие целям и задачам дискурса.

Дискурс – явление антропоцентричное, он отражает мир субъективно, т.к. говорящий (пишущий) «присваивает» речь /4/. Задача политического дискурса СМИ – воздействие на формирование общественного мнения. Достижение цели и задачи обеспечивается тем, что политический дискурс СМИ – коммуникативное явление, а любое общение – это целенаправленное воздействие.

Политический дискурс СМИ располагает таким ресурсом управления знаниями общества о мире и, соответственно, его реакцией, как информация. Информация в широком смысле слова – это отражение реального мира /3/. Но передача информация – это не констатация фактов объективной реальности, а их интерпретация, т.е. перенос в реальность информационную. Информация вызывает направленные мыслительные процессы и эмоциональные состояния. Информация формирует наши мысли, структурирует наш опыт и определяет наши взгляды на окружающий мир.

Политические баталии, международные темы, столкновение политических интересов получают соответствующее информационное освещение в СМИ. Основное требование в этой нише к журналистским материалам – быть предельно корректными, чтобы не нарушать допустимые границы.

Политический дискурс СМИ играет очень важную роль в системе информационной безопасности, стабилизируя или дестабилизируя сложившуюся ситуацию. Яркий пример – освещение политического конфликта России и Белоруссии в период решения продовольственных задач в июне 2009 года. Некорректные высказывания руководителей обеих стран, растиражированные СМИ, повлекли за собой весьма ощутимые последствия, сказались на международных отношениях, многосторонних контактах, имидже государств на мировой арене. В текстах на эту тему журналисты иронизируют, обличают, навешивают ярлыки. Пущены в обиход сочетания «мясо-молочная истерика», «Россия-узурпатор». В итоге два народа с опаской смотрят друг на друга. В данном случае, говорить об объективном и корректном распространении информации не приходится.

Другого поведения от журналистов трудно ожидать. Нынешние СМИ целенаправленно создают коммерческий продукт, успешно конкурирующий на информационном рынке. Даже политические темы подаются остро, тенденциозно, привлекательно для аудитории.

Казахстанские СМИ, занимая нейтральную позицию в этом конфликте, являлись ретрансляторами чужого мнения, получая информацию о конфликте из российских источников. Казахстанским читателям довольно трудно было сориентироваться и выработать собственную позицию в данном вопросе. На наш взгляд, тональность всех выступлений СМИ, исходя из требований информационной безопасности, должна быть сдержанной, примиряющей, объясняющей аргументы и позицию каждой из сторон. Не надо быть Макиавелли, чтобы понимать, насколько важно для двух стран, имеющих общие геополитические, экономические, социальные, культурные интересы, быть толерантными и позитивными в решении любых проблем. «Танец на пепелище» былой дружбы славянских народов, устроенный журналистами, создает поверхностное, примитивное и агрессивное отношение к геополитическим проблемам.

Таким образом, информация в политическом дискурсе СМИ – это интерпретация, которая не может быть объективна. Соблюдение принципов информационной безопасности может скорректировать, смягчить субъективность человеческого фактора, который играет особую роль в любом виде дискурса.

В связи с тем, что субъект политического дискурса СМИ, который отражает определенные интересы и имеет некоторые цели и задачи, интерпретирует действительность в тексте, данный вид дискурса отличается субъективностью, что способствует манипулированию информацией в необходимом для адресанта направлении.

Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой. М.: Большая Российская энциклопедия, 2002. С. 136.

Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.

Боришполец К.П. Методы политических исследований. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 28.

Бенвенист Э. Общая лингвистика. М., 1974. 447 с.