

**ПОЛИТИЧЕСКИЙ
ДИАЛОГИЧЕСКИЙ
ДИСКУРС СМИ:
КОММУНИКАТИВНЫЕ
НАМЕРЕНИЯ И
КОММУНИКАТИВНЫЕ
СТРАТЕГИИ**

Язык как мощное политическое орудие играет огромную роль в формировании, поддержании и изменении общественного мнения. В этой связи совершенно очевидным становится интерес к политическому тексту как общественно-речевому продукту, в котором находят отражение культура, система социальных отношений, традиций, история народа.

Большинство направлений современной науки о языке отличается интегративный характер, который привел к образованию нового для Казахстана направления – политической лингвистики, подготовленной многочисленными исследованиями в области политологии, социологии, журналистики и языкознания. Объектом анализа при этом выступали особенности политической коммуникации, язык политиков, виды речевого и неречевого воздействия представителей власти на аудиторию. Интерес к изучению политических текстов, по мнению А.Н. Баранова, объясняется внутренними потребностями лингвистической теории, которая в разные периоды обращалась к реальным сферам функционирования языка, «политологическими проблемами изучения политического мышления в его связи с политическим поведением, необходимостью предсказывающих моделей и мониторинга общественного сознания, а также попытками освободить политическую коммуникацию от манипуляций общественным сознанием» [1, с. 110].

Проблемы политической коммуникации становились предметом специального научного интереса в разных областях научного знания. В лингвистике постановка проблемы использования языка носит многовекторный характер: политическому дискурсу и функциям метафоры в политическом тексте посвящены работы Б.А. Ахатовой, А.Н. Баранова, Э.В. Будаева, В.А. Даулетовой, М.И. Косарева, Ю.Д. Куличенко, Г.С. Кусаиновой, В.В. Лапшиной, В.В. Михайлова, О.Н. Паршиной, А.П. Чудинова, Е.И. Шейгал; общественно-политической лексике и терминологии – О.И. Воробьева, Т.Б. Крючковой, Ж.О. Сагындыковой; эвфемизмам – М.Ш. Жумагуловой, Г.Д. Махановой, О.В. Обвинцевой; речевому поведению политика – В.Н. Базылева, Ж.К. Ибраевой, И.В. Ивановой, Б.С. Каримовой, В.В. Лапшиной, Л.В. Постниковой, Е.В. Сапрыкиной, Д. В. Шапочкина и др.

Такие фундаментальные категории лингвистики, прагматики, семантики и теории коммуникации, как говорящий, слушающий, речевой акт, интенция, речевая ситуация, стратегии и тактики речевого поведения подверглись тщательному изучению в последние десятилетия в многочисленных работах зарубежных, российских и казахстанских лингвистов (Н.Д. Арутюновой, Т.В. Булыгиной, А. Вежбицкой, Т.А. ван Дейка, В.В. Виноградова, Т.Г. Винокура, Г. Грайса, О.С. Иссерс, А.А. Леонтьева, Б.К. Мурзалиной, Ш.И. Нургожиной, Е.В. Падучевой, Г.Г. Почепцова, Дж. Серля, Э.Д. Сулейменовой, И.П. Сусова, З.К. Темиргазин, Л.М. Шайкеновой, Р.О. Якобсона и др.).

Теория политической лингвистики представлена методологической базой, составляющей обширный корпус языковых единиц, сформированных с использованием традиционных общенаучных и собственно лингвистических методов. При этом наблюдается широкое применение и комплексных методов исследования, что вполне обоснованно и естественно для направлений интегративного характера.

Поскольку главным субъектом политической коммуникации выступает человек, на которого оказывает прямое и/или косвенное влияние власть и распределение власти, то политическая коммуникация оказывается политической реальностью. В этом процессе ярко проявляется ее органичная причинно-обусловленная связь с функционированием, статусным и корпусным планированием языка, регулированием сфер использования языка/языков в стране.

Доказано, что средства массовой информации управляют процессами формирования политических взглядов общества и продвижения определенного политического лидера. По замечанию К.В. Киуру, «осуществлять свою политику могут все субъекты политического процесса: власть, общество и СМИ, ...при этом масс-медиа является объектом воздействия и власти, и общества», а средства массовой информации как звено массовой культуры становятся одновременно средством продвижения интересов власти и общества [2, с. 11].

Политический дискурс СМИ представляет собой целенаправленное коммуникативное явление, задачей которого является формирование общественного мнения. Дискурс, в общем, и политический дискурс СМИ, в частности, включает в качестве своего компонента текст как вербализованный результат речи.

Являясь институциональным видом общения, политический дискурс СМИ оказывает

влияние на самые широкие слои общества и в этом его сила, т.к. массовая аудитория отличается общими ценностями и установками, а также принадлежностью к определенной культуре. Соответственно, дискурс характеризуется национально-культурной спецификой.

Управление общественным мнением происходит с помощью информации, которая является интерпретацией фактов объективной реальности в нужном для субъекта направлении. На газетную полосу факты окружающего мира попадают, будучи пропущенными через призму восприятия создателя текста, а автор, в свою очередь, выступает выразителем тех или иных интересов, интенций, идеологий.

Дискурс подвергается анализу не только как автономный вербальный «объект», но и как контекстуальное взаимодействие, социальная практика или тип коммуникации в социальном, культурном, историческом или политическом контексте.

Понятие речевой манипуляции в рамках настоящей работы позволяет изучать особенности использования всего многообразия средств языка в качестве манипулятивного инструмента воздействия на аудиторию, который применяется для регулирования общественного мнения. Речевая манипуляция, трактуемая как скрытое воздействие с помощью речевых средств на массовую аудиторию с целью управления восприятием действительности, характеризуется рядом принципов, по которым она функционирует в политическом дискурсе СМИ: целенаправленность, скрытость, эффективность, опосредованность СМИ, ориентация на массового адресата, использование речевых средств и технологий. В настоящем исследовании доказано, что речевая манипуляция в рамках политического дискурса СМИ – многомерное явление. Достигать одну из главных задач политического дискурса СМИ, управление общественным мнением, ей позволяют такие свойства, как целенаправленность и масс-ориентированность, а также скрытость: речевая манипуляция не раскрывает своей установки на воздействие, и от этого зависит ее эффективность.

Манипулятивность, т.е. возможность политического дискурса СМИ оказывать скрытое воздействие с помощью речевых средств на аудиторию с целью управления восприятием действительности, является основополагающим свойством политического дискурса СМИ. Это – необходимое условие для достижения его глобальной цели и задачи. Возможность их реали-

зации обеспечивает другое основополагающее свойство политического дискурса СМИ – технологичность, которая тесно связана с манипулятивностью и обусловлена ею. Технологичность определяется как возможность достигать цели и задачи дискурса посредством передачи концептуального содержания текста оптимальным образом. Манипулятивность и технологичность определяют способность политического дискурса СМИ оказывать скрытое воздействие на аудиторию с помощью системного использования речевых средств, т.е. особых технологий.

Технологии речевой манипуляции требуют применения инструментов речевой манипуляции – т.е. особого использования субъектом речевого манипулирования слов, словосочетаний, языковых структур в целом, всего многообразия средств языка с целью управления восприятия действительности массовой аудиторией. В условиях политического дискурса СМИ инструменты речевой манипуляции не употребляются изолированно. Они всегда выступают в связке с другими средствами воздействия.

Технологии речевой манипуляции понимаются как системы использования совокупности инструментов речевой манипуляции для целенаправленного управления восприятием действительности массовой аудиторией. Их выявление требует выработки процедуры анализа, что способствует определению механизма функционирования технологий.

Технологии речевой манипуляции ориентированы на передачу глубинного смысла текста, локальная цель текста политического дискурса (СМИ – создание мнения об объекте).

Любое взаимодействие характеризуется наличием определенной цели и определенного мотива, результативностью, нормативностью. В соответствии с этими факторами коммуниканты, регулируя поведение друг друга, осуществляют совместную деятельность.

Большинство существующих работ рассматривают диалоговые стратегии и тактики как односторонние акты, где адресат является объектом воздействия. Однако следует иметь в виду, что в основе диалогического общения лежат механизмы взаимодействия, что предполагает наличие активной позиции обоих коммуникантов в управлении ходом интеракции с целью достижения своей основной цели. Наблюдение за реализацией общих дискурсивных стратегий посредством конверсационных тактик ведется в рамках коммуникативного события диалогического характера, каким является интервью.

Исследования интервью последних лет приобрели ряд новых методологических ориентиров. Одним из них является рассмотрение интервью в более широком аспекте речевого поведения.

Интервью, имея своим прообразом разговорный диалог, наследует от него определенные приметы разговорной речи, правда, в преобразованном виде: сохраняя лишь частичную спонтанность, ситуативность, но, как правило, весьма приглушенную непринужденность (поскольку публичный диалог носит официальный характер). В основе интеракции в ходе интервью лежат механизмы подобные тем, что используются людьми в повседневном разговоре, что позволяет рассматривать интервью как определенную трансформацию параметров базовой модели коммуникации – разговорного диалога.

Новые перспективы в исследовании интервью открываются при рассмотрении его в качестве речевого жанра. Отсюда возможность применения для описания интервью коммуникативного события, «ограниченного в пространстве и времени, мотивированного, целостного, социально обусловленного речевого взаимодействия коммуникантов» [3, 17].

Интервью рассматривается нами как особого рода коммуникативное событие, которому соответствует сложный речевой жанр. Жанр коммуникативного события определяет: 1) тип речевого поведения, задаваемый речевой ролью и регулируемый жанровыми предписаниями; 2) допустимые социальные нормы и правила речевого поведения; 3) стратегию и тактику речевого поведения.

Функционирование языковых единиц в рамках прагматической тесно связано с понятием коммуникативной (речевой, дискурсивной) стратегии. В нашем исследовании под коммуникативной стратегией мы понимаем «тип или линию поведения языковой личности в конкретной ситуации общения, которая соотносится с планом достижения глобальных коммуникативных целей в рамках определенного цикла диалогического взаимодействия» [4, 12-13]. К главным признакам стратегии принято относить гибкость и динамику [5; 38], поскольку в ходе общения она подвергается постоянной корректировке и зависит от постоянно пополняющегося и изменяющегося контекста дискурса. Гибкость стратегии определяется также возможностью ее реализации через различные коммуникативные ходы.

С функциональной точки зрения, выделяют основные (семантические, когнитивные) и вспомо-

гательные стратегии [5, 106]. Основная стратегия – это наиболее значимая стратегия с точки зрения иерархии мотивов и целей на данном этапе коммуникативного взаимодействия. Она непосредственно связана с воздействием на адресата: его модель мира, систему ценностей, его поведение как физическое, так и интеллектуальное. Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия, оптимальному воздействию на адресата.

Необходимым условием для появления и осуществления стратегии служит потребность в достижении какой-либо цели – речевой или практической. Этой целью может быть информирование адресата о фактах, событиях объективной реальности, воздействие на его оценки, мнения, представления, установки. Существуют стратегические, или глобальные, и подчиненные им тактические, или локальные, цели [6, 193].

Рассмотрение диалога как вида речевой деятельности тесно связанной с общей прагматической деятельностью человека, дает возможность определить основу моделирования типичных речевых средств, способствующих актуализации личностных характеристик коммуникантов.

Как показал проведенный анализ, речевое поведение интервьюера направлено на получение необходимой информации от интервьюируемого и может реализоваться посредством различных коммуникативных ходов.

Коммуникативные ходы имеют либо иницирующий характер, либо одновременно реагирующий и иницирующий характер. Иницирующие ходы интервьюера независимы от предшествующего контекста и, в частности, от предыдущего хода интервьюируемого. Реагирующе-иницирующие коммуникативные ходы интервьюера, напротив, формулируются на основе предшествующего контекста и зависят от предыдущего коммуникативного хода интервьюируемого.

Иницирующий и реагирующе-иницирующий характер речевых ходов интервьюера связан с типом коммуникативного хода.

При этом запрос информации может быть как иницирующим, так и реагирующе-иницирующим ходом, в то время как уточняющий коммуникативный ход, вывод, оценка, предположение имеют исключительно реагирующе-иницирующий характер.

Запрос информации – это основной, ядерный тип коммуникативного хода интервьюера, который реализуется посредством как прямого, так и косвенного речевого акта вопроса.

Журналист: *Вы не ожидаете, что из-за кризиса интеграция начнет трещать по швам, а Москва и Минск начнут возводить протекционистские барьеры?*

Карим Масимов: *У любого правительства всегда первая мысль воспользоваться такими возможностями. Но для того чтобы себя оградить от этого, мы создали наднациональный орган – комиссию ЕЭП. Многие суверенные права правительств отданы в этот орган, где у всех трех участников равные права. Так что кризис будет для нас хорошим тестом. Но, на мой взгляд, мы создали много механизмов, благодаря которым никто играть друг против друга не сможет.*

Уточняющий коммуникативный ход интервьюера реализуется посредством уточняющего вопроса. Он представляет собой неполный вопрос, смысл которого непонятен без предшествующего контекста и, в частности, предыдущего хода интервьюируемого.

Ж.: *А создание Евразийского союза с продвигаемой Москвой идеей о единой валюте будет реализовываться или из-за кризиса эти планы будут заморожены?*

К.М.: *Вопрос о единой валюте не стоял и в ближайшем будущем не стоит. Для того чтобы подойти к единой валюте, нужно подойти к единому Центробанку. А как показал ныне опыт ЕС, единый банк при наличии разных Минфинов и разных фискальных политик приводит к очень плачевным результатам. Вопрос о единой валюте – это проблема далекого будущего, во всяком случае, для Казанстана.*

Ж.: *Вы часто говорите, что целевая модель интеграции в ЕЭП и ТС – это опыт Евросоюза. Последние события изменили вашу точку зрения? Нужна ли адаптация европейской модели?*

К.М.: *Во-первых, мы еще далеко не подошли к уровню интеграции в ЕС. Мы, наверное, находимся на уровне ЕС периода Римского договора. Последующие решения по введению общей монетарной политики, несогласованную с фискальной политикой, приводят к плачевным результатам. Интегрироваться нужно на таком уровне, когда конкурентоспособность экономик примерно сопоставима. Сейчас нужно не спеша сделать то, о чем мы договорились: до 2015 года надо создать законодательную базу.*

Однако уточняющий ход служит вспомогательным, дополнительным, коммуникативным ходом и реализуется только в случае, когда предыдущий ход интервьюируемого не соответствует ожиданиям интервьюера или не является полным, законченным, и требует конкретизации, продолжения.

В определении типа коммуникативного хода интервьюера большую роль играют языковые и дискурсивные средства. Так, коммуникативный ход с функцией вывода, как правило, содержит коннекторы со значением следствия, с функцией оценки – слова с оценочной семантикой, предположение характеризуется употреблением будущего времени:

Ларри Кинг: «Сразу начнем. Вы, возможно, вновь будете баллотироваться на Президента в 2012 году. Вы думаете сделать это?»

Владимир Путин: «Мы в тесном контакте работаем с Президентом Медведевым и давно для себя решили, что мы примем согласованное решение по поводу выборов 2012 года в интересах российского народа».

Ларри Кинг: «То есть возможно? Ваш ответ возможен?»

Владимир Путин: «Посмотрим. До выборов еще достаточно долго, они должны у нас состояться в апреле 2012 года. Повторяю еще раз, мы будем консультироваться и примем это решение, исходя из экономической, социальной и политической ситуации в стране».

Коммуникативный ход интервьюера может состоять из двух компонентов: сообщения и запроса информации. В этом случае сообщение служит основой для запроса.

Журналист: В прошлый кризис Казахстан во многом выехал на высоком китайском спросе на сырье. Сейчас экономика Китая замедляется. Где будете искать новые точки роста?

Карим Масимов: Рынки сожмутся везде, потому что иммунитета к кризису нет ни у кого. Другой вопрос, как каждая страна будет проводить свою политику. Насколько я понимаю, Китай планирует увеличивать внутренний спрос с помощью нескольких программ. Размер казахстанской экономики по сравнению с китайской настолько мал, что мы постараемся использовать возможность этих программ, в том числе строительство инфраструктуры. К тому же у нас теперь с Россией и Белоруссией созданы Таможенный союз, Единое экономическое пространство (ЕЭП), чего не было еще три-четыре года назад. Внутри у нас будут и совместные антикризисные меры, и общие планы, как защищать наши рынки и совместно завоевывать новые рынки.

При этом сообщение интервьюера часто содержит ссылку, указание на источник информации. Это может быть, например, ссылка на результаты социологического опроса, на книгу интервьюируемого, что свидетельствует о подготовленности интервьюера к беседе.

Коммуникативный ход, включающий сообщение и запрос информации, достаточно широко распространен в интервью, поскольку с его помощью интервьюер осуществляет смену темы / подтемы и ввод новой темы / подтемы разговора. Однако использование данного типа ком-

муникативных ходов наиболее характерно для начала интервью.

Речевое поведение интервьюируемого заключается в реагировании на коммуникативные ходы интервьюера и реализуется посредством только реагирующих коммуникативных ходов. Это объясняется тем, что, хотя они иногда и вызывают реакцию интервьюера, но эксплицитно ее не программируют. Между тем, несмотря на зависимый, реагирующий характер речевого поведения интервьюируемого, он в то же время обладает определенной свободой в выборе альтернатив речевого поведения, что проявляется в достаточно большом разнообразии его коммуникативных ходов.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что интервью в современной прессе обладает набором отличительных экстралингвистических, языковых и дискурсивных характеристик. Дискурс – понятие многомерное и сочетает в себе сам текст как изолированный вербализованный результат речи и контекст, в котором он функционирует. Общественное предназначение политического дискурса состоит в том, чтобы внушить адресатам – гражданам сообщества – необходимость «политически правильных» действий и/или оценок. Понимание политического дискурса предполагает знание фона, ожиданий автора и аудитории, скрытых мотивов, сюжетных схем и излюбленных логических переходов, бытующих в конкретную эпоху. Интерпретируя политический дискурс в его целостности, нельзя ограничиваться чисто языковыми моментами, иначе суть и цель политического дискурса пройдут незамеченными. Представляется целесообразным включение в содержание политического дискурса политических взглядов автора и его задач при создании текста. Важную роль при этом играет политическая ситуация, в которой создается и «живет» данный текст, а также репутация издания, в котором он опубликован с учетом того, что ключевой задачей текстов политического дискурса является оказание воздействия на сознание адресата с целью преобразования его политической картины мира.

Литература

- 1 Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 360 с.
- 2 Киуру К.В. Дискурсивная модель имиджа политика – СПб.: Роза мира, 2005. – 156 с.
- 3 Будаев Э.В., Чудинов А.П. Зарубежная политическая лингвистика. – М.: Флинта: Наука, 2008.