

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕДИАДИСКУРС КАК КОММУНИКАТИВНОЕ ЯВЛЕНИЕ

В данной статье рассматривается связь медийного дискурса с политическим. Исследование особенностей политического и медийного дискурсов позволяет сделать вывод о том, что они обладают схожими чертами и часто пересекаются в области функционирования. Политический медиадискурс занимает особое место в системе дискурсивного пространства. Политический дискурс СМИ является сложным коммуникативным механизмом с манипулятивным потенциалом, а язык СМИ в данном случае является одним из основных средств в борьбе за власть.

***Ключевые слова:** политический дискурс, медийный дискурс.*

В современном мире СМИ играет значимую роль во всех сферах жизни общества, представляя собой сложное, многоаспектное явление, в целом средства массовой информации являются не только информационным ресурсом, но также создают определенное мировосприятие у людей [3, с. 13; 6, с. 177-185]. С помощью СМИ политики излагают свое представление о реальности и проблемах.

Наиболее полное и точное определение медиадискурса принадлежит М.В. Гречихину: «Медиадискурс является социально-регулятивным механизмом, организующим массовое сознание посредством формирования и тиражирования социально значимых когнитивных, аксиологических и регулятивных смыслов» [2, с. 6]. Таким образом, массовая коммуникация позволяет структурировать и обосновывать собственный опыт и идеи.

В настоящей работе наше внимание фокусируется на анализе политического медиадискурса. Профессор Е.И. Шейгал считает, что политика по сравнению с другими областями оказывает особое влияние на широкие массы людей, на общественное сознание. В формировании политического дискурса важную роль играет медийный дискурс, он оказывает особое влияние на реализацию политической коммуникации. В связи с этим, можно предположить, что сегодня существует такая тенденция как сращивание политического дискурса с медийным [7, с. 305].

Имея множество точек соприкосновения, дискурс СМИ и политический дискурс пересекаются в некоторой области своего применения. Таким образом, выступление политиков на различных заседаниях, собраниях, политических дебатах является ярким примером политического дискурса, а их транслирование по телевидению в совокупности с комментариями ведущего – это уже политический медиадискурс.

Одним из главных рычагов давления является не только телевидение, но и напечатанный журналистский текст, а точнее, – газеты, которые, в свою очередь,

усиливают информационную связь между людьми. Вкладывая в газетные материалы необходимые для манипулятора установки и информацию, политический дискурс СМИ определенным образом регулирует и настраивает сознание тех, кому адресованы сообщения. Ориентация на массового читателя накладывает определенный отпечаток на язык газетных публикаций. Логичные сложные рассуждения не оказывают должного влияния на массовую аудиторию, наибольший эффект имеют простые предложения с эмоционально-окрашенной лексикой. Вероятно, в результате такой подачи, язык СМИ и информация в целом в последнее время все больше воспринимается как ресурс, что объясняет его использование в политике в качестве предмета манипуляции.

По мнению Г.А.Наминовой, средства массовой информации являются главным каналом реализации политического дискурса, вместе с тем, будучи активными интерпретаторами, СМИ оказывают неоспоримое воздействие на смысл транслируемых тем, обслуживая тот или иной круг интересов [4, с. 23].

Проанализировав особенности политического дискурса и изучив медийный дискурс, мы пришли к выводу, что наиболее яркое определение политического медиадискурса предлагает О.В.Сулина: «Политический дискурс – это коммуникативный процесс обмена между политическими факторами и массовой аудиторией смысловыми единицами семиотической природы, отражающей актуальный фрагмент политической реальности; совокупный результат этого процесса» [5, с. 221].

Аналитические тексты политического дискурса СМИ носят субъективный характер, что не вызывает никаких сомнений, так как авторская оценка присутствует в них открыто, а их воздействующая функция отчетливо прослеживается. Данное воздействие эксплицитно, но для исследователей манипуляции общественным сознанием наибольший интерес представляет имплицитно выраженное авторское видение событий. Таким образом, информация в политическом дискурсе СМИ весьма зависима от человеческого фактора, что и создает предпосылки для манипулирования общественным мнением [1, с. 47].

Таким образом, политический дискурс СМИ возникает в области пересечения политического дискурса и дискурса СМИ, которые обладают рядом схожих черт. Политический дискурс СМИ – это коммуникативное явление, имеющее своей задачей борьбу за власть посредством формирования общественного мнения, с помощью текстов СМИ, которые по определению являются субъективными. Следовательно, информация не отражает в полной мере объективную реальность. Политический медиадискурс обладает определенными предпосылками для манипулирования общественным сознанием.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виноградова С.А. Политический медиадискурс как коммуникативное явление с манипулятивным потенциалом // Мир науки, культуры, образования. – 2010. – № 4. – С. 45-47.

2. Гречихин М.В. Современный русский медиадискурс языка толерантности: автореф. на соиск. ученой степ. канд. филол. наук: 10.02.01. – Белгород, 2008. – 159 с.

3. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета . – 2010. № 2 (83). – С. 13-21.

4. Наминова Г.А. Политический дискурс в современной России: проблемы достижения общественного согласия: автореф. на соиск. ученой степ.канд. полит. наук. 23.00.02. – М., 2010. – 23 с.

5. Сулина О.В. Политический медиадискурс как элемент дискурсивного пространства// Вестник ВГУ . – 2014, №1. – С. 217-222.

6. Харьковская А.А., Дудникова М.С. Особенности современного англоязычного теледискурса на материале названий англоязычных развлекательных программ В сборнике: Феномен границы в языке и литературе. Международный сборник научных статей. Самара, 2009. – С. 177-185.

7. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 431 с.

*А.А.Оленина (Россия, Самара)
Научный руководитель А.С. Гринштейн*

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ГОТИЧЕСКОГО КОЛОРИТА В НОВЕЛЛАХ Э.А. ПО И ИХ ПЕРЕВОДАХ XIX И XX ВЕКОВ

В статье анализируются лексико-семантические средства, которые встречаются при описании обстановки в новеллах Э.А. По и их переводах. Особое внимание уделено исследованию роли черного цвета в новеллах, в частности его использованию в качестве средства символизации и живописания.

Ключевые слова: Э.А. По, черный цвет, готический колорит.

Новеллы Э.А. По относятся к готическому типу литературного произведения, для которого характерна, прежде всего, разработка мотивов и тем, связанных с потусторонними, мистическими явлениями, а также философское восприятие упадка, страха и смерти как возвышенных состояний.

Существование готической литературы как отдельного жанра, позволяет говорить о существовании определенного набора лексических средств, служащих для цветового оформления как оригинальных новелл, так и их переводов, и имеющих, как правило, в своем составе сему «черный».

Отметим, что цвет всегда имел первостепенную важность для культуры человека и применялся, в первую очередь, как средство символизации и живописания действительности.