Научная статья

УДК 81'38'373.612.2:654.19

ББК 81.055

А 29

doi: 10.53598/2410-3489-2021-2-277-97-101

**Интенционально-стилистические особенности
политических медиатекстов**

(Рецензирована)

Ф. С. Адзинова¹, З. С. Хабекирова²

^{1,2} Адыгейский государственный университет, г. Майкоп, Россия

¹plaza07@list.ru

²habekirov@yandex.ru

Аннотация.

С целью исследования языка и стиля политических медиатекстов рассматриваются приемы реализации интенции убеждения, которая выступает в качестве одного из наиболее важных коммуникативных факторов современного медиадискурса. Эффективность применения интенционального метода обусловлена тем, что он позволяет описать не только лингвостилистические, но и лингвопрагматические особенности продуктов медиадискурса, возникающие в результате взаимодействия массмедиа с политической сферой общества. В результате исследования установлено, что политические тексты массмедиа отличаются повышенной метафоричностью и повышенной эмоциональностью, обусловленной прагматической ориентацией на суггестивное воздействие, которое во многом продиктовано коммуникативными намерениями авторов.

Ключевые слова:

воздействие, интенция, массмедиа, метафора, оценка, политический, прагматический, суггестивный, убеждение, эмоциональный

Original Research Paper

**Intentional and stylistic features of the political
media texts**

F.S. Adzinova¹, Z.S. Khabekirova²

^{1,2} Adyghe State University, Maykop, Russia

¹plaza07@list.ru

²habekirov@yandex.ru

Abstract.

We consider the methods of implementing the intent of persuasion, which acts as one of the most important communicative factors of modern media discourse in order to study the language and the style of political media texts. The effectiveness of the intentional method is due to the fact that it allows us to describe not only the linguistic-stylistic, but also the linguistic-pragmatic features of the media discourse

products that arise as a result of the interaction of the mass media with the political sphere of society. As a result of the study, it was found that the political texts of the mass media are characterized by increased metaphoricity and increased emotionality, due to the pragmatic orientation to the suggestive effect largely dictated by the communicative intentions of the authors.

Keywords:

Impact, intention, mass media, metaphor, evaluation, political, pragmatic, suggestive, persuasion, emotional

В результате смены структурной научной парадигмы на функциональную значительным образом изменился характер стилистических исследований, в которых находит отражение активный поиск новых методов изучения продуктов речевой деятельности. Очевидно, что эволюция науки о стилях в языке и речи проходит, согласно тезису У.Уивера, одного из авторов математической модели коммуникации, все стадии анализа – «от организованной простоты до организованной сложности» [1].

В работах ученых-стилистов, получивших коммуникативную направленность в связи с дискурсивной ориентацией, большое внимание уделяется интенции. В массовой коммуникации интенция считается отправной точкой взаимодействия между адресантом и адресатом: ведущее коммуникативное намерение изначально задает тексту определенную прагматическую ориентацию, диктует выбор приемов и средств для реализации функций СМИ и, что еще очень важно отметить, обуславливает лингвистические особенности продуктов медиадискурса. Все это является убедительным подтверждением несомненной значимости интенции как дискурсо- и стилеобразующего фактора.

По мнению Н.И. Клушиной, впервые применившей интенциональный метод в стилистической науке, коммуникативная цепочка, усложненная благодаря данному методу, может быть составлена таким образом: «адресат – интенция - текст - коммуникативная ситуация – адресант – декодирование - воздействие

(перлокутивный эффект/ коммуникативная неудача)» [2].

Введение в научный оборот интенции - результат актуализации принципа антропоцентризма в современной стилистике массмедиа, поскольку интенция как движущий фактор коммуникативного процесса «органично связана с коммуникативным блоком адресант / адресат, что свидетельствует об интенциональности самого процесса профессиональной журналистской деятельности, преследующей целью создание воздействующего эффекта» [3: 76].

С точки зрения медиастилистики, поместившей медиатекст в новую систему стилистических координат, интенциональный метод весьма эффективен благодаря своей интегративной организации: данный способ исследования объединяет коммуникативно- стилистический и прагматический методы, с его помощью можно описывать и другие аспекты, связанные с профессиональной журналистской деятельностью. Эффективность интенционального метода также обусловлена его деятельностным характером, что, в свою очередь, диктует востребованность интенции в комплексном изучении медиатекстов, которые вполне закономерно рассматриваются как целенаправленные действия со стороны их производителей.

Именно с точки зрения деятельностного подхода интенциональный метод не исключает обращения к функциональному методу. Реализация ведущей интенции дискурса формирует такую прагматическую направленность медиатекстов, которая оказывается напрямую

связанной с их функциональными свойствами. «Интенция – это авторское намерение, – подводит итог Н.И. Клушина, – а функция – реализация или не реализация данного намерения в авторском тексте» [4: 19].

В реализации основных задач СМИ центральное место отводится интенции убеждения, которую следует считать доминантой качественных периодических изданий, использующих широкий репертуар лингвистических приемов и средств воздействия на аудиторию. Поэтому исследования интенционально-стилистических особенностей медиатекстов, продуцирование которых осуществляется на основе интенции убеждения, считаются весьма актуальными не только с точки зрения медиастилистики, но и медиалингвистики и теории массовой коммуникации.

Учитывая то, что реализация интенции убеждения предполагает обращение к аналитическим жанрам, в которых степень авторского присутствия является достаточно высокой, данное исследование представляет интерес для изучения основных категорий публицистического текста: категории современного автора и оценочности. «Выбор жанра не только обуславливает особенности отображения и интерпретации действительности, но и во многом характеризует профессиональную языковую личность автора-публициста» [5: 89].

Предметом нашего внимания послужили политические медиатексты, которые представляют собой плодотворный материал для изучения языка СМИ. Политический язык является мощной социальной силой, от которой во многом зависит жизнь всего общества. Будучи наиболее активно вовлеченным в процесс медиатизации, язык политики образует единое функционально-стилевое пространство с языком СМИ и является его существенной частью.

Высокий прагматический потенциал – главное концептуальное содержание политического языка, который выступает орудием борьбы за власть и пропаганды политических идей. Поэтому лингвопрагматический аспект политических медиатекстов рассматривается в непосредственной связи с особенностями реализации авторских намерений. По наблюдениям Г.Н. Манаенко, основные интенции аналитических публицистических текстов следующие: «информация, анализ (+), анализ (–), критика, дискредитация, предупреждение, размежевание, противостояние, смягчение позиции (отвод критики), самоохранение (осторожность), кооперация и побуждение» [6: 68].

Интенционально-стилистические особенности массмедийного политического текста формируются в процессе выражения как положительной, так и отрицательной оценки, но, как показывает анализ, вторые явно преобладают. Судя по материалу исследования, авторские интенции непосредственно связаны с конфликтным характером политического дискурса, который, в свою очередь, демонстрирует негативное отношение к политическим оппонентам. По этой причине в политическом дискурсе массмедиа для реализации данного намерения нередко используются стилистические приемы и средства, способные оказать суггестивное воздействие на адресата.

Распространенным приемом реализации выражения критической оценки, вызванной стремлением обвинить политических противников, прежде всего, выступает публицистическая метафора, по своей природе ориентированная на выполнение прагматической функции и создание оценочности. Публицистические метафоры, формирующие социальную оценочность, придают тексту манипулятивный характер, поскольку метафорические оценки нередко превалируют над рациональными

оценками, основанными на логических доказательствах.

Несмотря на то, что оценка закодирована в непрямом смысле номинации, прагматический смысл, как правило, очевиден, поскольку в реализации интенции участвует лексика, заимствованная из популярных тематических сфер, благодаря чему у адресата возникают заданные авторскими установками эмоции:

Котлеты по-киевски из Минска -2

*Украина с подачи США перепи-
сывает договоренности с Европой*

«Свободная пресса» (24.06.2015)

Метафорический репертуар постоянно находится в движении и отражает обстановку текущего момента:

Человек человеку вирус (НГ 25.03.2020)

Медицинская метафора по-прежнему весьма популярна: так, в ситуации острого психологического напряжения в обществе, вызванного распространением коронавирусной инфекции, получает актуализацию фрейм «симптомы новой болезни»:

Донос как симптом

*Группа ученых исследует влия-
ние пандемии на общество*

*Выводы: критичность мыш-
ления падает, фобий все больше и
все популярнее теории заговоров*
(НГ 16.12.2020)

Большое распространение в политическом дискурсе массмедиа по-прежнему имеет ярлык, который, по сути, является приемом агрессивного интенционального речевого действия. Так, на протяжении многих лет президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко сопровождает ярлык «диктатор»:

*Символично, что в последние дни
прошлого года Вашингтон устами
заместителя госсекретаря США по
политическим вопросам Н. Бернса
вновь объявил президента Белору-
ссии «последним диктатором Евро-
пы» и сообщил, что борьба за свободу
в этой стране будет продолжена»
(АиФ. 2014. № 2).*

Прагматическая сила ярлыка вызвана тем, что в политическом дискурсе большое внимание в первую очередь уделяется эмоциональным оценкам, а не фактам. Именно метафорическая оценка создает представление, и хотя такой прием, активно воздействующий на подсознание, следует оценить, как анализ (-), ярлык тем не менее расценивается как неотъемлемая составляющая авторской интенции, направленной на снижение авторитета или же дискредитацию:

Диктатор на миллиард

*Почему режим Лукашенко раз-
валится без помощи России*

НГ (31.08.2020);

Зима диктатора (НГ 3.12.2020);

**День рождения диктатора про-
шел невесело**

*Над ним уже не просто захо-
чут, над ним просто издеваются.
Как он собирается дальше править
этим народом – непонятно* (НГ 2.09.2020)

В то же время нельзя не заметить, что массмедийный политический текст является полиинтенциональным, ибо подлинно публицистическое убеждение не представляется возможным без реализации интенции «анализ (+)»:

Собственно, конкретных идей, касающихся реформирования отношений между ветвями власти, не так много.

Во-первых, президент предлагает не согласовывать кандидатуру премьера с Думой, а утверждать ее в Думе. Это не более чем игра в слова, ловушка для простаков – по сути своей, это предложение в соотношении сил ничего не меняет, оно политически нейтрально. Это чистая пропаганда.

Во-вторых, президент предлагает утверждать в Думе кандидатуры вице-премьеров и министров, предлагаемых премьером. Это действительно шаг, точнее – маленький шаг в сторону парламен-
та, поскольку президент делится

с Думой частью своих полномочий: раньше и тех, и других утверждал (НГ 2.01.2020).

В данном фрагменте текста обращает на себя внимание ориентация на рациональное воздействие, в котором существенную роль играют дискурсивные слова, свидетельствующие о логике и последовательности в развитии мысли: «*во-первых, во-вторых, действительно*» и др.

Однако свойства политического языка, отражающие конфликтный характер политической коммуникации, обуславливают превалирование тенденции к манипулятивному воздействию. Поэтому интенционально-стилистические особенности политических текстов массмедиа в первую очередь характеризуются повышенной метафоричностью и повышенной эмоциональностью.

Примечания:

1. Weaver W. Science and Complexity // American Scientist. 1948. Vol. 36, № 2.
2. Клушина Н.И. Интенциональный метод в современной лингвистической парадигме // Медиаскоп. 2012. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1242>.
3. Копылова Ю.В. Дискурсообразующие факторы профессиональной деятельности журналистов-аналитиков // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. 2016. Вып. 2. (177). С. 73-77.
4. Клушина Н.И. Медиастилистика. Москва: ФЛИНТА, 2018. 184 с.
5. Копылова Ю.В. Интенционально-стилистическая характеристика спортивного аналитического медиадискурса: дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 2019. 196 с.
6. Манаенко Г.Н. Дискурсивные слова и интенциональность аналитического публицистического текста // Политическая лингвистика. 2013. № 2. С. 65-71.

References:

1. Weaver W. Science and Complexity // American Scientist. 1948. Vol. 36. No. 2.
2. Klushina N.I. Intentional method in the modern linguistic paradigm // Mediascope. 2012. [Electronic resource]. Access mode: <http://www.mediascope.ru/node/1242>
3. Kopylova Yu.V. Discourse-forming factors of professional activity of journalists-analysts // Bulletin of the Adyghe State University. Ser.: Philology and the Arts. Maikop: ASU, 2016. Iss. (177). P. 73-77.
4. Klushina N.I. Mediastylistics. M.: FLINTA, 2018. 184 pp.
5. Kopylova Yu.V. Intentional-stylistic characteristics of sports analytical media discourse: Diss. for the Cand. of Philology degree. Maikop, 2019. 196 pp.
6. Manaenko G.N. Discursive words and intention of an analytical journalistic text // Political linguistics. 2013. No. 2. P. 65-71.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 19.04.2021; одобрена после рецензирования 23.05.2021; принята к публикации 30.06.2021.

The paper was submitted 19.04.2021; approved after reviewing 23.05.2021; accepted for publication 30.06.2021.

© Ф.С. Адзинова, З.С. Хабекирова, 2021