М.В. Першина (Краснодар)

**Дискурс – анализ политических медиатекстов президентской избирательной кампании 2016 г. в США**

Одним из основных понятий в современной политической лингвистике является политический дискурс (Бодрийяр, 2006; Ван Дейк, 2003). Ряд ученых понимают его в широком смысле, например: «политический дискурс — это совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом» (Савич, 2003), «любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых относится к сфере политики» (Гаврилова, 2004). В реальном измерении политический дискурс — «это поле коммуникативных практик как совокупность дискурсных событий, это текущая речевая деятельность в определенном социальном пространстве, обладающая признаком процессности и связанная с реальной жизнью и реальным временем, а также возникающие в результате этой деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии лингвистических, паралингвистических и экстралингвистических факторов» (Шейгал, 2000, 367).

Эмпирическим объектом в данном исследовании выступили новостные выпуски телеканалов «1 канал», «Россия 1», «Live News», «Euronews».

Для анализа новостей было выбрано четыре телеканалов, выборка происходила по следующим принципам: учитывался собственник телеканала, потенциальная аудитория и охват аудитории/индекс цитируемости. Новостные сообщения были отобраны по принципу наиболее широкого и полноценного их освещения в СМИ (наличие во всех источниках), а также высокого внимания масс к данным событиям. Выбранные к рассмотрению события затрагивали политическую жизнь США, а именно предвыборную кампанию кандидатов на пост Президента США 2016 г. Как вид новостных выпусков для анализа использовались видео материалы, но для интерпретации данных производился анализ транскрипции новостного выпуска, то есть учитывались особенности только текстового дискурс.

Приведенный анализ позволяет говорить о том, что «Первый канал», «Evro News», «Россия 1», «Live News» используют риторические структуры, ссылаясь как на официальные, так и на анонимные источники с различными целями. Первый канал и Россия 1, используют выразительные средства, для того, чтобы описать непосредственно самих кандидатов, их внешний образ и выступления. Live News и Evro News стараются выделить непосредственно саму обстановку, как в стране, так и в каждом штате отдельно. Данные каналы не затрагивают напрямую имидж кандидатов – политиков. Но существуют примеры резко-негативных выражений в пользу представителей правящей элиты. Например: *«Лузер – Барака Обамы ….».* В последних двух каналах часто используется жесткая и грубая критика политики кандидата, в то время, как Первый канал и Россия 1 пытаются навязать свое мнения о кандидатах, применяю выражения, связанные с Россией или президентом: «*Путин — очень сильный лидер для России. Думаю, гораздо сильнее, чем наш президент, это уж точно. Но это не значит, что я поддерживаю Путина», —* сказал Трамп.

Распределение семантических ролей в подаче Первого канала иллюстрирует различные направления. От боевиков в Ираке, до самих членов республиканской или демократической партии. Россия 1 не акцентирует внимания на распределение ролей, так как везде использует безличные местоимения «он», «они» и так далее. Нельзя не отметить интересный подход в определении семантических ролей канал «EwroNews», которых предлагает нам выслушать мнения обычных людей, вышедших на митинг, и делает акцент на трех социальных группах, которые будут голосовать на выборах: «*Считает мужчина…Говорит молодой человек…. Добавляет пенсионер*». Были взяты различные мнения, как в пользу кандидата, так и против него, таким образом, изначально мы могли наблюдать нейтрально настроенную программу.

Непосредственно сделан акцент на определенных личностях, событиях, которые должны были стать лидерами мнений и выявить определенную тенденцию восприятия новостей. Первый канал активно использует мнения экспертов, политологов и простых граждан США. Россия 1 фиксирует мнения самих кандидатов в Президенты, а именно их отношения и позицию в отношении других кандидатов. Такие каналы, как Live News и Evro News учитывают мнения известных выпусков газет, телепередач, прямях диалогов ведущих экспертов в прямом эфире. Именно такие компоненты делают новости более независимыми и объективными.

В языке сообщения улавливаются некоторые особенности подачи новостей по телеканалам. Первый канал создает все условия, для того, чтобы зритель выделил одного верного кандидата из всех. Им является Дональд Трамп, цитируя его отношения к России и к Путину, и за его предвыборную кампанию, в которой указано, что он хочет пойти на сближение с Москвой. Россия 1 близка к Первому каналу, так как в создает определенный образ политикам, выделяя на них больше времени и сюжетов. EvroNEWS и LiveNews анализируют международную обстановку, заостряют внимания на фактологию и исторических событиях, внешней политике, а также используют визуальные образы и карикатуры в своей новостной ленте.

Частота использования риторических структур велика у телеканалов Россия 1 и EvroNEWS, а значит можно говорить об эмоциональной насыщаемости текстов, которые имеют более разносторонний характер новостей. Первый канал и LiveNEWS применяют меньшее количество медиа-средств выразительности.

Все каналы используют в заголовках шокирующие и провокационные элементы, это добавляет новостям возможность массового просмотра. Сенсационные заголовки могут быть использованы как в видео, так и в текстовых новостных текстах. Первый канал, в заголовках своих новостей, не прибегает к шокирующим и громких названиям, а лишь характеризует повестку дня. Россия 1 использует провокационные названия ля привлечения внимания большей массы зрителей. При этом в заголовках мы можем видеть и связь с В.Путиным, ИГИЛОМ и другими популярными на сегодняшний день событиями. EvroNEWS дает более зрелищные и эмоционально-выразительные заголовки, которые привлекают внимания зрителей.

Также можно говорить о том, что все телеканалы апеллируют к различным источникам информации, конечно же, все учитывают мнения экспертов и авторитетов, есть определенные лидеры мнений, позволяющие сформировать определенное отношение к кандидату, событию, явлению. Причем, источниками могут быть не только эксперты и профессионалы, также СМИ, аналитические службы, сами избиратели, чье мнения часто цитируется, а также применяется для того, чтобы придать больше реальности и независимости от посторонних объектов.

За исключением Первого канала, многие источники прибегают к цифровым показателям, для того, чтобы наглядно продемонстрировать какое-либо событие. Говоря о политике, мы вынуждены признавать, что цифровые показатели играют важную роль в формировании общественного мнения. Говоря о предвыборной кампании, как о исследовательском объекте, важен сам факт голосования, распределение мест, процентное соотношение кандидатов в рейтинге и многие другие показатели, которые визуально определят положение политика. Телеканал Live News использует цифровые данные для обозначения масштаба события, определенные его важности и ценности. Также дает характеристики положению кандидата, определяя его голоса, рассказывает о сроках, годах и мнениях американцев в цифровом формате. EvroNEWS также аргументирует мнения посредством фактов и цифр, что делает информацию более достоверной и простой в понимании и сравнении.

Список использованной литературы

Савич Е.В. Дискурс-лоббирование: методологические аспекты. Минск, 2003. С. 131-135.

Бодрийяр Ж*.* Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция, 2006.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: диссертация доктора филологических наук: 10.02.01. Волгоград, 2000.

Гаврилова М. В. Политический дискурс как объект лингвистического анализа // Полис. 2004. № 3. С. 127–139.

Ван Дейк Т. Анализ новостей как дискурса // Коммуникативные стратегии культуры. Новосибирск: НГУ, 2003. С. 107- 131.