

---

УДК 316. 77 : 81' 42

ББК 76. 0

В 12

**Ваганова Е. А.**

*Аспирант кафедры коммуникационных технологий Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева, e-mail: \_vea@mail.ru*

## **Состав и структура политического диалога в печатных СМИ** *(Рецензирована)*

### **Аннотация:**

В статье предпринята попытка представления опыта синтеза прагмалингвистики, социального конструкционизма, когнитивной психологии, интерпретативного интеракционизма в аналитической модели дискурса медиатекста. Предлагаются результаты аргументированного рассмотрения семантики дискурса печатных массмедиа, его содержательной стороны (таких сегментов, как тема дискурса, тема говорящего, контекст дискурса). Целью исследования было выявление состава и структуры политического диалога. Анализу подвергались медийные тексты, освещавшие выборы Президента России в марте 2008 года.

### **Ключевые слова:**

Политический диалог в печатных СМИ, общее место риторическое, дистрибуция, контент-анализ

**Vaganova E. A.**

*Post-graduate student of Communication Technology Department, I.Ya. Yakovlev Chuvashsky State Pedagogical University, e-mail: \_vea@mail.ru*

## **Composition and structure of the political discourse in printed Mass Media**

### **Abstract:**

In the paper, an attempt is undertaken to present a synthesis of pragmalinguistics, social constructionism, cognitive psychology and interpretative interactionism in the context of the analytical model of the Mass Media discourse. The author gives the results of the grounded consideration of the semantics of the Mass Media discourse and its content (a subject of the discourse, a subject of the speaker, a content of the discourse). The goal of the research is to reveal the composition and structure of the political discourse. The media texts on the President's election in Russia in March, 2008, were analyzed.

### **Keywords:**

The political discourse in printed Mass Media, rhetorical generality, distribution, content-analysis.

Концепция языкового общения коммуникация характеризуется отсутствием обратной связи в паре *СМИ – рядовой читатель*, диалог, следовательно, «адресант-адресат». Поскольку массовая строится между СМИ, представленны-

---

ми разными формообразующими частями государства: СМИ населенного пункта (например, города, не являющегося региональным центром) – СМИ субъекта федерации – СМИ федерального (общегосударственного) центра. Инвариантом такой корреляции является категория «государство», как ее описал Аристотель. Государство, по Аристотелю, есть совокупность управляющих диалогов [1]. В современном обществе управляющие диалоги осуществляются СМИ. От качества данного диалога *a priori* зависит благополучие государства.

Наше исследование посвящено изучению медиа-текстов, являющихся составными частями политического диалога, представленного в печатных СМИ. Анализу подверглись публикации, освещавшие выборы Президента России в 2008 году. Целью исследования стало выявление состава и структуры политического диалога. Под политическим диалогом мы понимаем «форму коммуникативного взаимодействия, осуществляемого языковыми средствами, имеющего политический смысл и направленного на поиск политической позиции, согласование намерений, выявление взаимных интересов» [2].

Согласно теории диалога [3], условием всякого диалога (его становления и развития) является динамическая комбинация общих и отдельных смысловых элементов. Чем больше общих смысловых элементов, тем в большем объеме освещается предмет речи, тем удобнее коммуникантам воспринимать передаваемую информацию. Семантическая структура внутригосударственного диалога может быть эксплицирована совокупностью общелингвистического метода с методом риторической дедукции. Суммированное использование этих методов аккумулирует данные прагмалингвистики, социального конструкционизма, когнитивной психологии, интерпретативного интеракционизма в феномене языкового общения.

Минимизация необходимого исследовательского фона основывается на выявлении статистических данных о количественном соотношении частей речи в каждом исследуемом тексте. Такие статистические показатели необходимы для установления модальности речевых высказываний: знаменательные слова (но не местоимения!), предлоги влияют на понимание текста, союзы способствуют более точному выражению мыслей. Следовательно, эффективная речь должна иметь достаточное количество глаголов, служебных слов и мало местоимений. Словарное наполнение политического диалога может быть выявлено посредством статистического анализа словарных тенденций с элементами контент-анализа. Лингво-риторическая теория рассматриваемого диалога в полном объеме представлена в статье, опубликованной ранее [4].

Для проведения исследования были отобраны статьи, опубликованные в период с 30 января по 7 марта 2008 года на страницах «Российской газеты», «Аргументов и фактах» (общегосударственных печатных СМИ), «Советской Чувашии», представляющей субъект федерации, и районной газеты «Алатырские вести». «Российская газета» – ежедневная общественно-политическая общенациональная газета, имеющая статус официального публикатора государственных документов. Газета «Советская Чувашия» – единственное ежедневное общественно-политическое издание Чувашской Республики, выходящее на русском языке. «Алатырские вести» – газета одного из районных центров Чувашской Республики, г. Алатыря.

Для анализа отбирались публикации, выходившие на протяжении предвыборного месяца в рубриках или подразделах «Выборы», а также тематически призывавшие к ним заметки из других рубрик. Отобранные статьи в совокупности можно рассматривать как самостоятельный блок в общем развитии политиче-

ского диалога. Объединяющей темой рассматриваемого диалога стало освещение важнейшего для страны события – выборов Президента.

Среди микротем, которые затрагивались в диалоге и имели двустороннее обсуждение, можно выделить следующие: 1) *организация выборов* (проводимые в рамках предвыборной кампании мероприятия); 2) *финансовые затраты* (количество средств, затраченных на проведение предвыборной кампании, и их источники); 3) *свидетели* (присутствие международных наблюдателей на выборах); 4) *прогнозы результатов выборов* (опросы общественного мнения); 5) *связь с общественностью* (открытие общественных приемных кандидата в Президенты РФ Д. Медведева); 6) *готовность силовых структур* (подготовка милиции к выборам); 7) *результаты выборов*.

Публикации в каждой микротеме можно рассматривать как самостоятельные минидialogи, из которых был выстроен весь политический диалог предвыборного периода. К каждой статье такого минидialogа была применена процедура комплексного лингво-риторического анализа и статистического анализа с элементами контент-анализа. Далее полученные результаты объединялись, что позволило сделать выводы о структуре и словарном наполнении рассматриваемого диалога в целом.

В структурном плане рассматриваемый диалогический блок строился на всех 16 общих местах риторических (имеется в виду комплект *общих мест*, представленный в «Кратком руководстве...» М. В. Ломоносова [5: 74]), однако частота их употребления неравномерна. Так, наиболее часто употребляемыми оказались общие места риторические: *имя* (21 раз), *свойства материальные* (20 раз), *происхождение, предыдущее и последующее* (по 18 раз), *целое и части, действие и страдания* (по 15 раз). Наименьшее количество раз использовались *род и вид* (4

раза), *свойства жизненные* (5 раз), *место и подобие* (по 6 раз).

Наиболее сильной парадигмой в структуре анализируемого диалогического блока стала парадигма *имя*. Данная парадигма не только многократно выступала в качестве сильной при построении минидialogов, но и имеет единые для всего рассматриваемого диалогического взаимодействия синтагмы: имена кандидатов в президенты «Д. Медведев», «Г. Зюганов», «В. Жириновский», «А. Богданов», действовавшего в тот момент президента «В. Путин» и главы ЦИК РФ «В. Чуров» использовались при обсуждении всех микротем; наиболее часто употреблялось имя избранного президента Д. Медведева.

Также сильными можно считать выступающими в этом качестве при решении одного вопроса и имеющие единые для всего диалога синтагмы следующие парадигмы:

*свойства материальные (величина)* – наравне с иными неоднократно использовался элемент синтагмы «46 регионов»;

*предыдущее и последующее* – часто встречается синтагма «парламентские выборы (предыдущее) – президентские выборы (последующее)», элемент «президентские выборы» во многих синтагмах выступает в качестве *последующего*;

*действие и страдание* – при обсуждении различных микротем прослеживается упоминание «ЦИК», «председателя ЦИК В. Чулова» в качестве *действующего*, а «избирателей», «читателей» – в качестве *страждущего*; «избирателей», «граждан России» – в качестве *действующего*, а «Д. Медведева» – в качестве *страждущего*.

Парадигму *происхождение* также можно рассматривать сильной, так как в структуре всего анализируемого политического диалога она, несмотря на то, что в минидialogах не выступала в качестве сильной, представлена как едиными, так и различными элементами синтагм: элемент «доверие граждан → эффективная

работа президента, обеспечение стабильности в стране» является общим для текстовых массивов, посвященных разным микротемам.

В парадигмах, в которых реализована только дополнительная (комплементарная) дистрибуция, речевое наполнение синтагм могло быть проявлено по-разному:

1) в качестве самостоятельных высказываний;

2) как *довод к тезису*, как региональное подтверждение тезиса, выдвинутого в центральной газете (в минидialoge первой декады февраля 2008 года, при раскрытии микротем «Мероприятия предвыборной кампании» и «Готовность силовых структур»);

3) как дополнение, уточнение, конкретизация высказывания, сделанного в тексте другого издания (при обсуждении микротемы «Связи с общественностью»);

4) в виде элементов временной последовательности (при раскрытии микротемы «Прогнозы результатов выборов»).

Интересно заметить, что региональная газета при раскрытии микротемы *финансы*, повторяя информацию центральной газеты об источниках избирательных фондов кандидатов, преподносила ее, применяя иное общее место риторическое: в «Российской газете» используется *происхождение*, тогда как в «Советской Чувашии» – *целое и части*.

Таким образом, в структурном плане исследуемый диалог строился на единицах, находящихся в отношениях контрастной и дополнительной дистрибуции, что вместе с количеством задействованных общих мест риторических говорит о его полноте и успешности.

Результаты статистического анализа представлены в таблице 1. Как видим, в текстах общегосударственных печатных СМИ именные формы преобладали над глагольными формами в 3,4-3,6 раза, а региональных и местных изданий – в 4,1-4,5 раза; в ряду «федеральное издание – региональное – местное» наблюдалось снижение местоимений и служебных слов.

Таблица 1

	«Аргументы и факты»	«Российская газета»	«Советская Чувашия»	«Алатырские вести»
<b>всего слов, из них:</b>	2239 / 2148	9596 / 8793	5638 / 5253	1762 / 1565
<b>существительных</b>	743	3247	2040	712
<b>прилагательных</b>	183	640	509	166
<b>числительных</b>	55	338	215	66
<b>местоимений</b>	196	658	342	81
<b>глаголов</b>	316	1295	721	216
<b>наречий</b>	94	391	218	29
<b>слов категории состояния</b>	9	59	33	6
<b>служебных слов</b>	552	2011	1175	289

Применение контент-анализа к словарному наполнению текстов, выявление частотности словарных единиц (рассматривались единицы, встречающиеся в текстах наибольшее количество раз) позволило определить ключевые слова рассматриваемого политического диалога:

выборы – 158, Россия (РФ) – 102, избирательный – 99, Д. А. Медведев – 93, президент, процент – 88, ЦИК РФ – 87, мы, они – 77, который – 72, избиратель – 71, кандидат – 65, день, он, страна – 62, быть в буд.вр. – 61, все, свой – 59, это – 55, голосование, человек (люди) – 54, наблюда-

---

тель – 52, участок – 47, второй – 45, наш – 44, гражданин – 43, год (лет), комиссия, этот – 42, март – 41, БДИПЧ ОБСЕ, его, уже – 37, работа – 34, Г. Зюганов – 33, быть в пр.вр., приемная – 32, В. Путин, вопросы – 30, такой – 28, сообщить в пр.вр., член – 27, их – 26, кампания – 25. Данные ключевые слова хорошо «читаются» одной фразой, в которой выражена основная идея всей предвыборной кампании.

Итак, в исследуемом политическом диалогическом блоке, представленном на страницах СМИ, мы видим общие признаки диалога:

единый предмет речи, раскрывающийся через обсуждение микротем;

наличие нескольких участников – печатных изданий, чья роль в диалоге определилась периодичностью и статусом;

смену ролей в инициировании и развитии вопросов в рамках обсуждаемой темы.

В структурном плане диалогический блок представлен как общими, так

и отдельными смысловыми элементами, находящимися в отношениях контрастной и дополнительной дистрибуции, что позволяет говорить о его правильности и успешности.

Таким образом, в целом политический диалог, представленный в печатных СМИ в период с 30 января по 7 марта 2008 года, можно признать состоявшимся и относительно успешным.

Однако выявленные в цепи «федеральное – региональное – местное издания» посредством статистического анализа с элементами контент-анализа словарные тенденции увеличения количества именных частей речи по сравнению с глагольными, увеличения местоимений по отношению к общему числу имен и уменьшения служебных слов свидетельствуют об отсутствии грамотного алгоритма в построении словесной ткани публицистических текстов. Отсутствие руководства авторов (журналистов) в понимании и восприятии их текстов мешает эффективному управлению государством.

### Примечания:

1. Аристотель. Политика // Аристотель. Сочинения: в 4 т. Т. 4. М.: Мысль, 1984. С. 375-644.
2. Третьякова Т.П. Опыт лингвистического анализа аргументации в политическом диалоге. URL: [http://www.anthropology.ru/ru/texts/tretyakova\\_tp/](http://www.anthropology.ru/ru/texts/tretyakova_tp/)
3. Рождественский Ю.В. Теория риторики. М.: Добросвет, 1999. 482 с.
4. Ваганова Е.А. Лингво-риторическая теория диалога «столица – регион» // Знак: проблемное поле медиаобразования. Челябинск: ЧелГУ, 2010. № 4. С. 51-55.
5. Ломоносов М.В. Краткое руководство к красноречию // Антология русской риторики. М.: Университетский гуманитарный лицей, 1997. С. 71-210.