

УДК 8; 1751

UDC 8; 1751

10.00.00 Филология

Philology

СТРАТЕГИИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОЙ И ОТРИЦАТЕЛЬНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ ИНФОРМАЦИИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОДЕРЖАТЕЛЬНО-ИНФОРМАТИВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ**THE STRATEGIES OF POSITIVE AND NEGATIVE PRESENTATION OF INFORMATION THROUGH THE PRISM OF CONTENT-INFORMATION CHARACTERISTICS OF POLITICAL TEXTS**

Соломатина Алина Олеговна

Solomatina Alina Olegovna

Департамент по неавиационной коммерции ООО «Базэл Аэро», Краснодар, Россия
alinaos@basel.aero

The department of non-aeronautical commerce of "Bazel Aero" Ltd, Krasnodar, Russia
alinaos@basel.aero

В статье рассматриваются стратегии положительной и отрицательной презентации информации в политической газетной коммуникации. Выявлены и описаны показатели, представляющие информацию политико-идеологического характера. На конкретных текстовых примерах из газетных изданий России продемонстрированы стратегии положительной и отрицательной презентации информации с описанием языковых средств их составляющих

The strategies of positive and negative presentation of information in political newspaper communication are considered in the article. The significantives that perform political and ideological information are identified and described. The strategies of positive and negative presentation of information with the description of the language means that constitute them are shown through definite examples from newspaper publications of Russia

Ключевые слова: КОММУНИКАЦИЯ, ГАЗЕТА, ПОЛИТИКА, ТЕКСТ, ИНФОРМАЦИЯ, СТРАТЕГИЯ, ПОЛОЖИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА, ОТРИЦАТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА

Keywords: COMMUNICATION, NEWSPAPER, POLITICS, TEXT, INFORMATION, STRATEGY, POSITIVE EVALUATION, NEGATIVE EVALUATION

Политическая коммуникация и механизмы воздействия на массовую аудиторию всегда будут в центре внимания лингвистов. Особый интерес представляют коммуникативные стратегии создателей информации, то есть их языковая деятельность, направленная на реализацию заданного воздействия на массовую аудиторию. Доминантными стратегиями политической газетной коммуникации являются стратегии положительной и отрицательной презентации информации, позволяющие адресанту ярко, активно и конкретно влиять на политические взгляды адресата, изменяя его отношение к тем или иным событиям, личностям, явлениям. Ориентированные на формирование определённого (положительного / отрицательного) отношения адресата к той или иной проблеме, данные стратегии представляют собой своеобразный алгоритм, кодирующий основную цель текста политической газетной статьи, и ориентирующийся

на формирование заданного коммуникатором оценочного восприятия информации. Для выявления и характеристики стратегий положительной и отрицательной презентации информации нами были выявлены основные содержательно-информативные показатели текстов политической направленности, составляющие универсальную схему развития каждой из обозначенных стратегий. К ним относятся:

- презентация события (явления, личности) - номинативный показатель,
- полнота информации по обозначенному событию (явлению, личности) - информативный показатель,
- истинность представляемой информации - верификационный показатель,
- эмоционально-оценочное суждение о представляемом - оценочный показатель,
- событийно-фактические маркеры информации - фоновый показатель,
- мнение журналиста - коммуникатора о представляемом – личностный показатель,
- политический статус события (явления, личности) - идеологический показатель,
- социальный статус события (явления, личности) - социальный показатель,
- данные, подтверждающие сказанное - статистический показатель,
- скрытое / явное информирование - эксплицитный / имплицитный показатель.

Любая информация в политическом газетном тексте выступает в конечном итоге как вербальный результат политико-идеологического осмысления коммуникатором того события или явления, которое она

представляет. Доминантой любой информации является либо положительное представление (восхваление) либо отрицательное представление (дискредитация) события, явления, личности. Схема развёртывания любой из обозначенных стратегий представляет собой совокупность вариантов содержательно-информативных показателей событийной составляющей текстового материала, представляющих собой алгоритм её изображения в необходимом для коммуникатора ракурсе политико-идеологического рассмотрения той или иной проблемы.

Рассмотрим каждую из обозначенных стратегий.

Стратегия положительной презентации как общий план представления событийной составляющей информации ориентирована на позитивную презентацию описываемого события или явления, на создание мелиоративного имиджа личности, на обоснованное одобрение рассматриваемой проблемы. Создающаяся посредством языковых знаков, обладающих положительным экспрессивно-эмоционально-оценочным созначением (окраской) (Ахманова 2005), стратегия положительной презентации играет чрезвычайно важную роль в создании положительного имиджа личности или события и не всегда представляет собой превознесение, расхваливание и прославление того или иного факта или личности. На наш взгляд, в политической газетной коммуникации данная стратегия – это, прежде всего, стратегия, направленная на представление только тех фактов, которые могут в положительном аспекте представить то или иное событие, явление, личность, вызывая, тем самым, одобрение аудитории.

Стратегия положительной презентации создаётся посредством использования самых разнообразных языковых средств с мелиоративной коннотацией (лексических, синтаксических, стилистических), позволяющих автору газетной публикации представить рассматриваемое событие, явление, личность в положительном ракурсе. Наиболее

частотными маркерами стратегии положительной презентации являются, безусловно, лексические единицы – как те, в которых мелиоративное значение является постоянным, так и те, которые способствуют положительному восприятию в зависимости от характера ситуации общения, участников акта общения, определённого отношения участников к предмету речи, т.е. от тех аспектов, которые включаются в процесс коннотации. Необходимо отметить, что для реализации поставленной цели (создание позитивного отношения аудитории к представляемому) коммуникатор умело производит компоновку всех показателей информации и выбор языковых средств. При этом одни из них могут играть доминирующую роль в представлении содержания, другие дополнять и развивать предложенный сюжет в необходимом для коммуникатора ракурсе оценки той или иной информации.

Рассмотрим стратегию положительной презентации на примере из аналитической статьи газетного издания России:

«Асад выразил благодарность российскому народу за помощь Сирии: Если бы не усилия России, терроризм распространился бы на еще большую территорию, заявил сирийский президент.

Президент Сирии Башар Асад поблагодарил руководство и народ России за помощь Сирии в борьбе с международным терроризмом. Об этом он заявил на встрече с Владимиром Путиным.

— Прежде всего, мне хотелось бы выразить огромную благодарность всему руководству Российской Федерации и российскому народу за ту помощь, которую они оказывают Сирии. Спасибо за то, что они стоят за единство Сирии и за ее независимость. Самое главное, что всё это делается в рамках международного законодательства, — сказал Асад. По его словам, события в Сирии не стали развиваться по более трагическому сценарию именно благодаря политическим шагам России.

— *Терроризм, который сейчас распространился в регионе, если бы не ваши действия и ваши решения, занял бы гораздо большие площади и распространился бы на еще большую территорию. Эти шаги подтвердились в том, что вы приняли участие в боевых действиях в едином фронте по борьбе с терроризмом,* — отметил Асад.

В свою очередь, Владимир Путин заявил, что долгосрочное урегулирование в Сирии может быть достигнуто на основе политического процесса при участии всех политических сил, этнических и религиозных групп. И Россия вместе с другими мировыми державами готова и дальше оказывать помощь сирийскому народу, добавил президент.

— *Сирия — дружественная для нас страна. Мы готовы внести свой посильный вклад не только в ходе боевых действий в борьбе с терроризмом, но и в ходе политического процесса. Разумеется, в тесном контакте с другими мировыми державами и со странами региона, которые заинтересованы в мирном разрешении конфликта,* — сказал Путин.

20 октября президент Сирии Башар Асад посетил Москву с рабочим визитом. В Кремле состоялись российско-сирийские переговоры в узком и расширенном составе с участием представителей высшего руководства России.»

(Известия, 21.10.2015)

Базовой стратегией приведённого текстового фрагмента является стратегия положительной презентации, создающаяся посредством следующих показателей информации:

- номинативная составляющая: *Сирия, Россия;*
- информативная составляющая: *помощь Сирии в борьбе с международным терроризмом;*

- фоновая составляющая:
 - ГДЕ происходит политическое событие /ПС/ или общественное явление /ОЯ/: *Кремль;*
 - КТО является участником ПС / ОЯ: *Президент Сирии БашарАсад, президент России Владимир Путин;*
 - КОЛИЧЕСТВО участников ПС / ОЯ: *узкий и расширенный составс участием представителей высшего руководства России;*
 - в чём состоит СУЩНОСТЬ ПС / ОЯ: *благодарность за помощь сирийскому народу;*
 - КОГДА произошло ПС / ОЯ: *20 октября;*
 - ПРИЧИНЫ ПС / ОЯ: *борьба с терроризмом, заинтересованность в мирном решении конфликта;*
 - как происходит РАЗВИТИЕ ПС / ОЯ: *события в Сирии не стали развиваться по более трагическому сценарию;*
 - возможные ПЕРСПЕКТИВЫ дальнейшего развития ПС / ОЯ: *долгосрочное урегулирование в Сирии может быть достигнуто на основе политического процесса при участии всех политических сил, этнических и религиозных групп;*
- верификационная составляющая: *Президент Сирии БашарАсад поблагодарил руководство и народ России, Владимир Путин заявил;*
- идеологическая составляющая: *борьба с терроризмом;*
- оценочная составляющая: *терроризм, который сейчас распространился в регионе, если бы не ваши действия и ваши решения, занял бы гораздо большие площади и распространился бы на еще большую территорию;*
- эксплицитная составляющая: *Россия приняла участие в боевых действиях в едином фронте по борьбе с терроризмом.*

Стратегия положительной презентации создаётся в данном случае посредством лексических маркеров каждой из составляющих. Использование коммуникатором по отношению к различным номинативным фактам информации (*Россия, Сирия*) словосочетания ***борьба с терроризмом*** с сильной положительной коннотацией позволяет нарисовать картину солидарности русского народа с сирийским, передать аудитории положительный имидж России, показать силу и мощь России, а также полную поддержку в Сирии политического курса России.

Мелиоративная оценочность как доминанта стратегии положительной презентации позволяет автору эксплицитно формировать необходимое общественное мнение, призванное обеспечить интересы руководства страны, выразить определённую идеологическую позицию и мировоззрение.

Стратегия отрицательной презентации заключается в подрыве доверия к кому-либо или достоверности чего-либо. Данная стратегия прагматически значима для политической газетной коммуникации в связи с тем, что создание положительного образа «своих» через очернение «чужих» считается традиционным приёмом, позволяющим довольно быстро достичь желаемых результатов в политической борьбе и, тем самым, подорвать авторитет соперников. Например:

*«Два сирийских города - Алеппо и Дейр-эз-Зор - подверглись сегодня минометному **обстрелу** со стороны **боевиков**. Погибли четыре человека и не менее 10 получили ранения.*

Боевики запустили несколько минометных снарядов по кварталам на западе Алеппо. Погиб один мирный житель, более 10 человек получили ранения", - подтвердили в штабе.

*Еще три человека погибли в Дейр-эз-Зор. По данным военных, обстрел вели боевики. Согласно информации МВД **Сирии**, вначале взорвался заминированный автомобиль рядом с автобусной остановкой, а когда на*

место трагедии сбежали люди, двое смертников привели в действие "пояса шахидов", находясь в гуще толпы.

*Ответственность за теракт взяла на себя **международная террористическая организация ДАИШ** (арабское название запрещенной на территории России экстремистской группировки)».*

(Известия, 25.09.2015)

Основными содержательно-информативными показателями информации в данном текстовом фрагменте являются:

- номинативная составляющая (*обстрел, боевики*), посредством которой происходит обозначение базовых фактов информации;
- информативная составляющая (*два сирийских города, есть погибшие и раненые, взрыв автомобиля, пояса шахидов*);
- верификационная составляющая (*по данным военных, согласно информации МВД Сирии*);
- статистическая составляющая (*погибли четыре человека, 10 получили ранения, двое смертников*);
- фоновая составляющая (*Сирия, Алеппо, Дейр-эз-Зор, кварталы на западе Алеппо, рядом с автобусной остановкой*);
- идеологическая составляющая (*международная террористическая организация ДАИШ*).

Выбранные автором публикации содержательно-формальные показатели для представления информации о происходящем в Сирии позволили реализовать стратегию отрицательной презентации происходящего. Лексические единицы номинативной, информативной, статистической и идеологической составляющих обладают пейоративной коннотацией, что позволяет показать трагизм ситуации в Сирии и автоматически вызывает у аудитории акт неодобрения происходящего.

В политической газетной коммуникации стратегия отрицательной презентации не только естественна и неизбежна, но и крайне необходима

как средство речевой агрессии в процессе манипуляции, позволяющее наиболее ярко, быстро и убедительно создать необходимый(отрицательный) эмоциональный фон представляемой информации, создавая образ врага в виде власти, другой нации, той или иной личности (Грушевская 2002).

Таким образом, наиболее часто используемые журналистами – авторами газетных текстов политической направленности, стратегии положительной и отрицательной презентации наиболее ярко, быстро и образно формируют необходимое общественное мнение, призванное обеспечить интересы руководства страны, выразить определённую идеологическую позицию и мировоззрение. Схема развёртывания любой из обозначенных стратегий представляет собой совокупность вариантов презентации показателей информации, представляющих собой алгоритм её изображения в необходимом для коммуникатора ракурсе политико-идеологического рассмотрения той или иной проблемы. Именно они позволяют коммуникатору представить то или иное политическое событие или явление, того или иного государственного деятеля, тот или иной общественный факт в необходимом ракурсе политико-идеологического рассмотрения.

Список использованной литературы

1. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов [Текст]/ О.С.Ахманова, Издательство: КомКнига, 2005- 576 с.
2. Грушевская Т.М. Политический дискурс в аспекте газетного текста. СПб.: Издательство РГПУ им. А.И. Герцена, 2002 – 116с.

References

1. Ahmanova, O.S. Slovar' lingvisticheskikh terminov [Tekst]/ O.S.Ahmanova, Izdatel'stvo: KomKniga, 2005 - 576 s.
2. Grushevskaja T.M. Politicheskij diskurs v aspekte gazetnogo teksta. SPb.: Izdatel'stvo RGPU im. A.I. Gercena, 2002 – 116s.