

УДК 070:316.77(1)(045)

В.В. Орехов

КОМУНІКАТИВНІ ЗАВДАННЯ ТА ЗАСОБИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ В ГАЗЕТНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

У статті висвітлено засоби реалізації найпоширеніших комунікативних завдань, розв'язанню яких часто підпорядковується політичний дискурс. Серед таких засобів виділено мовні й позамовні засоби. У складі мовних засобів названо засоби лексичного та граматичного характеру, серед позамовних засобів – світлини й загальностильові особливості оформлення видання (шрифт, формат набору, декоративні елементи тощо), що мають неабиякий вплив на загальне експресивне тло видання.

Ключові слова: комунікативний вплив, політичний дискурс, жанр, лексика.

I. Вступ

Дискурс являє собою тип комунікативної діяльності, зв'язний текст у його актуалізованому вияві. Поняття “дискурс” по-різному тлумачиться дослідниками з огляду на те, які саме вияви комунікації беруться за основу в кожному конкретному випадку. Так, дискурс іноді розглядається як комунікація у межах певних каналів (візуальний, слуховий, тактильний), як носій різних типів інформації в комунікації (раціональної, духовної), як функціональний стиль, як різновид функціонального стилю, його реалізація в різних сферах спілкування (юридичний, судовий, газетний, радіодискурс та ін.), як жанр художньої літератури тощо [1, с. 137].

Політичний дискурс на сьогодні все частіше стає об'єктом наукових досліджень, висвітлюючись у контексті засобів масової комунікації (Г. Почепцов, Г. Булацький, А. Кочергін), у лінгвістичному (А. Загнітко, Ф. Бацевич, О. Шейгал) та філософському (Г. Клаус, М. Лозинський) аспектах. Однією з причин активного вивчення політичного дискурсу можна виділити передусім ту роль, яку він виконує в житті суспільства. Адже політичний дискурс слугує не тільки й не стільки для відтворення дійсної політичної ситуації, скільки для опрацювання ймовірних майбутніх політичних реалій, і така спрямованість на майбутній контекст є однією з характерних рис цього типу дискурсу [1, с. 142]. Причому йдеться тут не лише про пасивне прогнозування майбутнього, а й про цілеспрямоване моделювання ситуації, безпосередньо пов'язане із внесенням певних змін, із впливом на сучасну політичну ситуацію. Механізми такого впливу і є одним із найактуальніших на сьогодні об'єктів дослідження в соціальних комунікаціях.

II. Постановка завдання

Значну зацікавленість науковців викликають спеціальні комунікативні стратегії, які є інструментом впровадження змін у суспільно-політичному житті суспільства через інформацію. Зазначені стратегії спрямовані на створення відповідного віртуального ко-

реляту дійсності, який дає змогу на наступному кроці, спираючись на нього, вносити зміни в реальність [4, с. 69]. Вибудовування комунікативних стратегій, тактик розгортання політичного дискурсу зумовлюється конкретними комунікативними завданнями. Визначення таких комунікативних завдань, що найчастіше мають місце у політичному дискурсі, та простеження різномірних виявів їх реалізації і становить мету статті.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- 1) простежити залежність комунікативного завдання газетних текстів політичного спрямування від жанрової приналежності;
- 2) виділення найтипівіших лексичних і граматичних засобів реалізації комунікативних завдань;
- 3) окреслити позамовні засоби реалізації комунікативних завдань у газетному політичному дискурсі.

III. Результати

Вибір конкретного засобу реалізації комунікативного завдання чи низки комунікативних завдань, наявних у політичному дискурсі, зумовлений, по-перше, комунікативною стратегією, яка реалізується (проінформувати про певну подію, ситуацію; переконати аудиторію; вразити, епатувати аудиторію тощо), і по-друге, – жанровими особливостями цього дискурсу. Слід зазначити, жанрова палітра політичного дискурсу є досить широкою – від класичних публіцистичних жанрів (інтерв'ю, політична замітка, репортаж, передова стаття та ін.) до таких форм художньої публіцистики й фольклору, як громадянська поезія, політична частівка, байка, казка, гумористичні й абсурдні жанри, памфлет, епіграма, анекдот тощо [5]. Більшість зазначених жанрів (передусім класичного типу) за характером загальної комунікативної мети можна розділити на два типи: інформативні й аналітичні [2, с. 112]. Для жанрів першого типу інформування є основним комунікативним завданням, на яке можуть нашаровуватися інші завдання, що ґрунтуються на ньому (подати власну позицію щодо описуваних явищ, подій; акцентувати увагу на окремих моментах;

“підштовхнути” аудиторію до певних висновків тощо). Жанри другого типу також інформують адресата, але це інформування принципово відмінне від того, що має місце в суто інформативних жанрах, оскільки об’єктом опису тут є не сама подія, ситуація, а її осмислення.

Слід відзначити, нерідко в політичному дискурсі присутні ознаки одразу двох жанрів, оскільки тексти вміщують як власне опис події чи ситуації, так і її аналітичне дослідження. Залежно від того, яка комунікативна стратегія політичного дискурсу, тобто що в дискурсі висувається на перше місце – суто інформування громадськості про стан у певних галузях суспільно-політичного життя чи аналіз, з’ясування певних закономірностей і тенденцій розвитку політичної ситуації – в них різняться у пропорційному співвідношенні преференції щодо основних комунікативних завдань, характерних для публіцистичних текстів взагалі (інформування, аналіз з різним ступенем коментування, оцінювання, прогнозування подальшого розвитку тощо) та засобів їх реалізації.

Газетні статті належать до візуальних ЗМІ, і арсенал засобів реалізації комунікативних завдань у них (порівняно з аудіовізуальними ЗМІ) є дещо обмеженим. Умовно можна виокремити два типи таких засобів: мовні й позамовні, кожен із яких, у свою чергу, складається з низки вужчих підтипів, що виділяються залежно від прийомів досягнення комунікативних цілей.

Так, у складі мовних засобів, що використовуються в газетному політичному дискурсі, можна насамперед виділити засоби лексичного й граматичного характеру. Лексика політичного дискурсу характеризується наявністю великої кількості власне суспільно-політичних лексем (*громадський, держава, ідейність, політика, прогресивний, реакційний, суспільство*), слова загальноживаної лексики, вживані у суспільно-політичній сфері, набувають відповідного контекстного значення: *боротьба (політичних сил), змагання (систем), нарада (у верхах)* тощо. Політичні тексти вміщують багатозначну, емоційно-експресивну лексику, тропи та стилістичні фігури. Якщо наявність суспільно-політичної лексики простежується в усіх жанрах політичного дискурсу, то використання емоційно-експресивних засобів може істотно різнитися залежно від жанрового типу текстового матеріалу. Так, як правило, кількість емоційно забарвленої лексики в політичному дискурсі інформаційних жанрів типу прес-релізу чи “твердої” замітки є меншою, ніж, наприклад, у політичних творах з публіцистичного журналістського роду (замальовка, памфлет, фейлетон тощо) [3, с. 277]. Це зумовлено тим, що у творах першого типу домінують інформативне завдання, а у текстах другого типу, поряд з інформуванням аудиторії, значну роль віді-

грає також відображення ставлення автора до повідомлюваної інформації, яке, зрештою, і становить основне призначення емоційно-експресивної лексики.

Аналізуючи специфіку прояву авторської позиції в політичному дискурсі, можна виділити низку лексичних засобів передачі ставлення автора до описуваних об’єктів, ситуацій, явищ дійсності. Так, позитивне ставлення може відтворюватись із застосуванням оцінної лексики (*доленосне рішення, позитивні зміни, високоморальний вчинок*), різних тропів тощо:

Незважаючи на нестабільну ситуацію на основних товарних ринках, робота морських портів залишається позитивною та підтримує стабільний розвиток всього морського транспортного комплексу (Моряк. – 2009. – № 43);

Зараз ми можемо реалізувати більше, ніж потім. Але вікно для прориву в нас дуже обмежене (Високий замок. – 2005. – № 90).

Образна та оцінна лексика застосовується і для відображення негативного ставлення автора. В цьому випадку вона також слугує для загального увиразнення матеріалу, виступаючи засобом підкреслення негативізму зображуваного. Для ще більшого посилення впливу на аудиторію інколи, поряд з просто емоційно забарвленою лексикою, послуговуються навіть лексикою інвективною (її літературного типу):

Як може гарант чинної конституції бути натхненником наруг над “нормами” ... і при цьому залишатися “собирателем” верств суспільства? (Шлях перемоги. – 2000. – № 28).

Економічна криза в Україні, про яку так багато просторікує так звана “опозиція”, мала б проявлятися бодай у чомусь – у порожніх полицях магазинів, “бунтах порожніх каструль” абоощо (Україна молода. – 2006. – № 19).

Інший висловив туманне припущення, що пакет реакційних законів – лише дебют законодавчого мракобісся (Дзеркало тижня. Україна. – 2014. – № 1.)

Матеріали, що містять виразно негативне забарвлення, різке засудження, а інколи й висміювання певних політичних діячів, об’єднань, організацій можуть бути механізмом формування негативного ставлення суспільства до об’єктів критики, засобом зниження рейтингу конкуруючого політика чи партії, чинником, що працює на неприйняття суспільством певних суспільно-політичних процесів тощо. У такому випадку дискурс – це рядя політичної боротьби, ефективність якого безпосередньо зумовлюється його мовними характеристиками: влучністю вислову, яскравістю образності, логічністю викладу та іншими чинниками комунікативного впливу.

Засоби граматичного характеру найчастіше слугують для увиразнення комунікативного впливу, що досягається лексичними

засобами. Найбільш ефективними, на нашу думку, є синтаксичні засоби, зокрема конструкції експресивного синтаксису, суть яких полягає у посиленні експресивності тексту або у створенні експресивного забарвлення там, де за умов нейтрального порядку слів воно взагалі відсутнє. Одними з найуживаніших експресивних конструкцій такого типу є парцеляція та приєднання. Якщо при парцеляції відбувається розрив цілісної структури на окремі складники, які внаслідок цього набувають актуалізації, то при приєднанні має місце передусім додавання до основного висловлення компонентів, що вміщують певну додаткову, уточнювальну інформацію стосовно базового речення:

– Ми прагнули довести, що для самотніх, стомлених від перипетій нинішнього життя пенсіонерів можна створити теплий, комфортний, затишний спільний дім. І що наша держава, яку нині часто сварять, здатна підтримати, виділити кошти, й надати безоплатну допомогу, – зауважує начальник районного управління праці і соцзахисту населення (Голос України. – 2009. – № 94).

[Два невеликі пакети чомусь коштують дешевше, ніж один великий]. Та й інвестиційні зобов'язання до другого приватизованого пакета зазвичай навколо нульові (Дзеркало тижня. Україна. – 2014. – № 3.)

Близькою до приєднання є інша експресивна конструкція – лексичний повтор із синтаксичним поширенням. Повторення частини базового речення слугує для акцентуації на ньому особливої уваги, підкреслення її значимості:

[Я мрію про Україну, яка стане регіональним лідером, яка, як і колись, своїми чорноземами годуватиме світ.] Про Україну, якою ми будемо пишатися (Урядовий кур'єр. – 2004. – №1).

Нам шкода, наголошується у заяві, що Президент, який хизується своїм сільським походженням, своїми діями так відверто зневажає мільйони українських селян. Нам шкода і тих голів облдержадміністрацій, які вимушені “брати під козирьок” всі вказівки Віктора Ющенка, не думаючи ані про реальний стан справ у своїх областях, ані навіть про власне політичне майбутнє (Урядовий кур'єр. – 2009. – № 90).

Слід зазначити, що експресивні конструкції (називні теми, номінативні, питальні, парцельовані конструкції тощо) зустрічаються не лише в текстовій частині газетного політичного дискурсу, а й у заголовках:

“Пташиний” грип: чи загрожує він людям? (Демократична Україна. – 2008. – № 12); Алчевськ. Льодовиковий період (Дзеркало тижня. – 2006. – № 4);

Юрій Луценко – бешкетник? (Демократична Україна. – 2009. – № 17);

Європарламент засідав... У Черкасах (Урядовий Кур'єр. – 2009. – 90).

Заголовок слугує не лише для називання матеріалу, не тільки для виконання в ньому інтегративної функції, коли заголовок “пронизує” весь текст, зв'язує його початок і кінець, семантично змінюючись при цьому, а й для привернення уваги до самого тексту, підкреслення актуальності, важливості вміщеної в ньому інформації. А вже досягнення всіх інших комунікативних завдань дискурсу можливе лише після залучення адресата, переконання його в цінності вміщеної в дискурсі інформації.

Залученню уваги адресата слугують і позамовні засоби реалізації комунікативних завдань, завдяки яким відбувається також унаочнення матеріалу, підсилення впливу інформації на адресата, подання додаткової інформації, вираження якої вербальними засобами є недоцільним тощо.

Так, важливі повідомлення, що стосуються політичних діячів, нерідко супроводжуються вміщенням світлин цих осіб, що слугує ефективним засобом привернення читачької уваги та засобом акцентуації на важливості вміщеної під світлинами інформації. Саме на світлинах і заголовках перш за все концентрується увага читача, і саме світлина є джерелом первинної інформації щодо описуваних у журналістському матеріалі явищ, подій. Фотоматеріали іноді вміщують досить важливі попередні відомості, що можуть стосуватися, наприклад, складу учасників заходу, їх загального складу, результативності перемовин тощо, а отже, виступають своєрідними елементами перспекції у дискурсі й тому посилена увага читачів до них є цілком виправданою.

Інформація, що передається через світлини, може бути різною у прагматичному аспекті: від загалом нейтральної до такої, що містить певне позитивне чи негативне забарвлення. Негативність інформаційного забарвлення таких фотоматеріалів може досягатись невивігдним для об'єкта ракурсом зйомки, монтажем тощо, що робить ці матеріали наближеними до творів у жанрі карикатури; світлини такого типу є потужним засобом посилення загальної експресії політичного дискурсу, а їх загальне комунікативне завдання, як правило, полягає в нанесенні відчутного удару по об'єктові зображення через його висміювання.

Окрім світлин до позамовних засобів реалізації комунікативних завдань у політичному дискурсі належать також загальні стильові особливості оформлення видання: розміри і способи відтворення зображень, їх кількість на сторінку й відсоткове відношення до текстових матеріалів; наявність і способи функціонування декоративних елементів (рамки, лінійки, плашки, підкладки); способи позначення початку та закінчення окремої публікації або добірки, а також розмежування матеріалів добірок; система рубрикації, яка включає наявність заголовків,

рубрик, підзаголовків, шапок тощо, їх графічне (шрифтове, розмірне) й композиційне виконання, поєднання з декоративними елементами; склад елементів колонитулу та його оформлення; способи виділення та акцентування [6, с. 562]. Так, посиленню загального експресивного плану газетного політичного дискурсу, його увиразненню слугують урізноманітнення шрифтів, форматів набору, насичення тексту декоративними елементами тощо.

IV. Висновки

Отже, вибір засобів реалізації комунікативних завдань, наявних у газетному політичному дискурсі, значною мірою зумовлений жанровими особливостями цього дискурсу. Система засобів реалізації комунікативних завдань у газетному політичному дискурсі містить засоби як мовного, так і позамовного характеру. У складі мовних засобів можна виділити засоби лексичного та граматичного характеру, які слугують перш за все для передавання ставлення автора до описуваних об'єктів, ситуацій, явищ дійсності та увиразнення комунікативного впливу. Позамовні засоби реалізації комунікативних завдань слугують передусім для привернення уваги, уаочнення матеріалу, посилення його впливу на адресата тощо.

Дослідження з порушеного питання є вкрай перспективними з огляду на сучасні світові тенденції щодо вивчення механізмів комунікативного впливу ЗМК на суспільство та актуальність зазначеного питання у вітчизняному журналістикознавстві. Одним із

напрямів подальших розробок у цій галузі можуть стати матеріали, спрямовані на вироблення механізмів формування у широких верств суспільства культури споживання інформації, вміння протидіяти маніпулятивним впливам і вирізняти достовірну інформацію від завідома неправдивої.

Список використаної літератури

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 342 с.
2. Загнітко А.П. Сучасний політичний газетний дискурс: риторика і синтаксис / А.П. Загнітко // Донецький вісник наукового товариства ім. Шевченка. Мова. – Донецьк : УКЦ, 2007. – Т. 16. – С. 108–118.
3. Михайлин І.Л. Основи журналістики / І.Л. Михайлин. – Х. : ХИФО, 2004. – 350 с.
4. Почепцов Г.Г. Інформаційна політика / Г.Г. Почепцов, С.А. Чукут. – К. : Знання, 2006. – 664 с.
5. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність : монографія / К. Серажим. – К. : Вид-во Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2002. – 392 с.
6. Шевченко В.Е. Стильові особливості оформлення сучасної преси // Українська періодика: історія і сучасність / В.Е. Шевченко / НАН України. ЛНБ ім. Стефаніка. НДЦ періодики / за ред. М.М. Романюка. – Л., 2003. – С. 561–566.

Стаття надійшла до редакції 12.05.2014.

Орехов В.В. Коммуникативные задачи и средства их реализации в газетном политическом дискурсе

В статье исследованы средства реализации распространенных коммуникативных задач, решению которых часто служит политический дискурс. Среди таких средств выделены языковые и внеязыковые средства. В составе языковых средств названы средства лексического и грамматического характера, среди внеязыковых средств – фотографии и общестилевые особенности оформления издания (шрифт, формат набора, декоративные элементы и т.п.), имеющие большое влияние на общий экспрессивный фон издания.

Ключевые слова: коммуникативное воздействие, политический дискурс, жанр, лексика.

Orekhov V. Communicative tasks and tools to implement them in newspaper political discourse

The article is devoted to the study means to implement the most common communication problems, the solution which is often subject to political discourse. A review of scientific views on the concept of "discourse" and "political discourse" has been analyzed. The author analyzed the dependence of communicative tasks newspaper texts of political direction of their genre affiliation. Among the most common means of implementing communicative tasks he allocated linguistic and extralinguistic means. Particular attention is paid to the influence of communicative language means. As part of the linguistic devices agents lexical and grammatical nature is called. Among the lexical means of expressing the position of the author is focused on the role of evaluation vocabulary. Among the most effective means of grammatical author called syntactic means, including the design of expressive syntax. The author mentioned the special role of the use of such structures in the headlines. In the composition non-linguistic means it is adopted pictures and general stylish features of registration of edition (font, format of set, decorative elements), which have a considerable influence on the general expressive background of edition. In particular, notes that the attention of the reader initially is focused on the photos, and those photographs are a source of primary information about the described in journalistic material events. Information transmitted through photographs may appear different in the pragmatic aspect, from general to a neutral one that contains some positive or negative connotation. It is noted that a change fonts, formats set, saturation of the text with decorative elements used to the strengthening of the overall plan of the newspaper expressive political discourse, its expressiveness.

Key words: communicative influence, political discourse, genre, lexis.