

**РЕЧЕВОЕ СОБЫТИЕ В ПРОСТРАНСТВЕ  
МАССМЕДИЙНОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА**

*У статті розглядається мовленнєва подія як феномен масмедійного політичного дискурсу, виявляються її характеристики.*

**Ключові слова:** подія, мовленнєва подія, масмедійний політичний дискурс.

*В статье рассматривается речевое событие как феномен массмедийного политического дискурса, выявляются его характеристики.*

**Ключевые слова:** событие, речевое событие, массмедийный политический дискурс.

*The article is devoted to description of speech event as phenomenon of political discourse of media. Distinctive feature of speech event have been displayed.*

**Key words:** event, speech event, political discourse of media.

Стремление представителей различных научных парадигм знаний осмыслить феномен события позволяет выявлять его разнообразные характеристики, релевантные в контексте каждой из них (философии, социологии, политологии и пр.) [1]. В языкознании экспликация и описание свойств события (далее также – С.) естественным образом предопределяется той «оптикой», которую используют исследователи. На современном этапе представляется возможным выделить несколько подходов к изучению данного понятия. Его **лингвофилософский анализ** представлен в работах З. Вендлера [2] и Н.Д. Арутюновой [3], рассматривающих событие как онтологическую категорию. **Лингвопрагматическое направление** исследования С. осуществляется в работе В.З. Демьянкова [4], отмечающего, однако, предварительный характер некоторых выводов. В **психолингвистическом ключе** анализирует событие А.А. Леонтьев [5]. Также наметилась тенденция изучения С. в русле **когнитивной лингвистики** [6]. Получило оно интерпретацию и в собственно **коммуникативной парадигме**, в рамках которой исследуется **речевое, или коммуникативное событие** (speech event), определяемое как завершённое речевое общение, разговор, интеракция, что соответствует в речи макродиалогу или (макро)тексту (работы Д.Хаймса [7], Т.А. ван Дейка [8]). Рассматривается С. и в координатах **лингвистики текста** как глобальная категория, которая в коммуникативной перспективе выражает основное сообщение – рему текстового произведения [9].

Такое разноаспектное описание, с одной стороны, свидетельствует о многогранности этого феномена, а с другой – позволяет обнаружить точки соприкосновения в наблюдениях учёных, осуществлённых сквозь призму разных лингвистических парадигм. В этой связи следует остановиться на тезисе, сформулированном А.А. Леонтьевым. Размышляя о С., освещаемом в СМИ, исследователь приходит к заключению, что адресант описыва-

ет не событие, а его *психический образ*, который формируется из определённых элементов (субъект, средства, объект, время, обстоятельства или условия, причина, цель и др.) и в идеале должен отражать все из них. Согласно учёному, журналист описывает этот образ события при помощи текста и стремится создать аналогичный образ у адресата. Иными словами, образ С. возникает дважды: у адресанта, создающего текст, и у адресата под воздействием этого текста. В этом процессе образ события может подвергаться как намеренному, так и ненамеренному искажению. К последнему исследователь относит случаи наличия неадекватного образа С. у самого адресанта, неадекватного «перевода» данного образа в текст и др. Намеренная деформация возникает в случае ангажированности, когда реципиент «намеренно отбирает нужные ему признаки события» [5: 84], тем самым сознательно вводя аудиторию в заблуждение. В этой же плоскости лежат рассуждения В.А. Марьянчик, опирающейся и на данные *когнитивной лингвистики*. По мысли исследователя, в медиа-политическом тексте события классифицируются так: образ коммуникативного события, образ политического события, образ вербального события [6].

Специфическую природу С., нашедшего вербальное представление в тексте, отметил и В.З. Демьянков. Текстовое событие (в терминологии учёного) определяется им как «интерпретация отрезка текста в его контексте» [4: 322], или же, по мнению Н.Д. Арутюновой, как гипотетическая интерпретация референтного события [3: 505].

Иными словами, в изысканиях, выполненных лингвистами в русле различных парадигм, рассматривающих С. сквозь разные призмы, пунктиром проходит мысль об особой природе события, нашедшего отражение в тексте в целом и массмедийном – в частности.

Вместе с тем не только в работах лингвистов, так или иначе обращающихся к понятию С., содержатся созвучные идеи, присутствуют они и в изысканиях исследователей иных гуманитарных отраслей знаний. В новейший период представителями социологической и политологической наук, в фокусе внимания которых оказывается данная категория, последовательно формулируется тезис о том, что событие (в первую очередь – политическое) становится таковым в силу его обнародования средствами массовой информации. До этого момента то, что произошло, по мысли учёных, политическим С. не является, и лишь после придания ему публичности, встраивания в новостийную «рамку» оно приобретает данный статус [10]. В целом же представления рядовых граждан о реальных С. являются результатом деятельности СМИ, предлагающих адресатам медиасобытия, или медиаверсии событий [11]. (Ср. *образ события* в СМИ в терминологии А.А. Леонтьева.)

Подобные наблюдения лингвистов, а также размышления социологов и политологов о природе события в условиях современного информационного общества приводят к необходимости анализа данной категории в русле *медиалингвистики* и позволяют утверждать, что референтное С. , преломленное сквозь призму дискурса (в частности – средств массовой информации), нашедшее вербальное отражение в его коммуникативном пространстве, предстаёт в другой ипостаси, приобретает новые характеристики. Такое событие будем называть *событием речевым* (далее также – РС). (Подчёркнём, что употребляем данный термин не в том значении, которое сформулировал Т.А. ван Дейк.) Описание РС в политическом дискурсе масс-медиа предполагает выявления ряда черт, определяющих его специфику.

С. как онтологическая категория, по мнению философов, не соотносится ни с каким активным деятелем, но в то же время выступает сферой взаимной принадлежности бытия и человека [12]. Согласно лингвофилософской концепции Н.Д. Арутюновой, со-

бытие хоть и отвлечено от агенса, но в нём должны принимать участие люди [3: 509]. РС предполагает *обязательное наличие субъекта*, то есть того, кто познаёт, мыслит и действует. Его активная деятельность становится необходимым условием, реализация которого делает событие доступным, постигаемым. Такой субъект, с одной стороны, выполняет функции актуализатора события реального мира («третьего», «свидетеля», «судии» в терминологии М.М. Бахтина) и одновременно является создателем феномена иного порядка. В этом смысле субъектом является *адресант*. С другой стороны, масс-медиа как канал, обеспечивающий информационное взаимодействие, предполагает обязательное наличие двух и более участников, которые вступили в контакт. И хотя в данном случае между отправителем и получателем непосредственная интеракция состояться не может в силу особенностей такой коммуникации, субъектом РС неизбежно становится и *адресат*.

Спецификой же СМИ определяются и характеристики субъектов речевого события в массмедийном дискурсе. Он не только предстаёт в двух ипостасях адресанта и адресата. Каждая из них может являть собой а) человека как носителя каких-либо свойств, индивида (журналист; читатель / зритель) и б) консолидированную группу лиц (журналистское сообщество; массовая аудитория).

В целом РС существует, так как в мире *есть человеческое сознание*. Этот признак не свойственен для С. как онтологической категории, в отличие от факта, но он является существенным для события речевого.

Событие, согласно Н.Д. Арутюновой [3: 508], относится к жизненному пространству. РС также *локализуется в сфере жизни* человека, однако его локализация имеет свои особенности. В частности, речевое событие, представленное в массмедийном политическом дискурсе, во-первых, входит *в сферу политики*, в пространстве которой проблему завоевания, удержания и использования государственной власти невозможно решить без коммуникативной составляющей. Во-вторых, оно локализуется и в *массмедийной сфере*. В этой связи обратимся к размышлениям немецкого социолога Н. Лумана, полагающего, что реальность масс-медиа имеет две стороны, две формы существования. Реальная реальность средств массовой информации состоит в протекающих в них и пронизывающих их коммуникациях, с помощью которых система воспроизводит саму себя [13: 8]. Вторая реальность – наблюдаемая, то есть то, что для других выглядит как реальность, то, что конструируют СМИ. Отмечая бытование РС в массмедийной сфере, мы понимаем под последней реальную реальность (в терминологии Н. Лумана).

В современном мире и политическая, и массмедийная области жизнедеятельности общества находятся в тесной взаимосвязи, поскольку политический процесс во многом переносится в информационное пространство. Это даёт основание некоторым исследователям утверждать, что в политике обозначилось новое явление, получившее название политико-медийного процесса [14]. Такие выводы политологов и социологов служат свидетельством органичности локализации РС в обеих названных сферах.

Вместе с тем оно бытует и в *символическом пространстве массмедийного политического дискурса*, организующего «наблюдаемую реальность» СМИ. Его канвой является событие политическое. Сама событийная природа жизни общества и желание современного человека «потреблять» С. неизбежно помещает их в фокус внимания масс-медиа. Это даёт толчок к продуцированию РС и в конечном счёте позволяет рассматривать его как имманентную составляющую массмедийного политического дискурса.

Таким образом, факт массмедийного «наблюдения» С. изменяет параметры последнего. Событие реального мира, которое нашло вербальное представление в дискурсе, есть событие речевое. РС, явленное в массмедийном политическом пространстве, характеризуется рядом свойств. Оно предполагает обязательное наличие субъекта и существует постольку, поскольку в мире есть человеческое сознание. Такое речевое событие локализуется в политической и массмедийной сферах жизнедеятельности общества, а также в символическом пространстве дискурса масс-медиа.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Филатенко И.А. Понятие «событие»: философские основы интерпретации / И. А. Филатенко // Молодой ученый. – М., 2012. – №4 (39). – С. 212 – 216.
2. Вендлер З. Причинные отношения / З. Вендлер; пер. с англ. В.В.Петрова // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 18. Логический анализ естественного языка. – М.: Прогресс, 1986. – С. 264–276.
3. Арутюнова Н.Д. Предложение и производные от него значения / Н. Д. Арутюнова // Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999.
4. Демьянков В.З. «Событие» в семантике, прагматике и в координатах интерпретации текста / В. З. Демьянков // Изв. АН СССР. Серия литературы и языка. – 1983. – Т. 42. – № 4. – С.320–329.
5. Леонтьев А.А. Психолингвистические особенности языка СМИ / А.А. Леонтьев // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М.: Изд-во МГУ, 2003. – С.66–88.
6. Марьянчик В.А. Аксиологическая структура медиа-политического текста: автореф. дис. на соискание уч. степени д. филол. наук: 10.02.02 / В. А. Марьянчик. – М., 2011. – 32 с.
7. Хаймс Д. Этнография речи / Д. Хаймс; пер. с англ. // Новое в лингвистике. – Вып. 7: Социолингвистика. – М.: Прогресс, 1975. – С. 42–95.
8. Дейк Т. ван Анализ новостей как дискурс / Т. ван Дейк; пер. с англ. // Язык. Понимание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1988. – 312 с. – С. 111 – 160.
9. Папина А.Ф. Текст: его единицы и глобальные категории / А. Ф. Папина. – М.: УРСС Эдиториал, 2002. – 368 с.
10. Сморунов Л.В. Гуманитарные технологии и формирование политического события / Л. В. Сморунов [Электронный ресурс] // Гуманитарные технологии и политический процесс в России. Сб. ст. / Под ред. Л.В. Сморунова. – СПб., 2001. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/728>.
11. Антонов К.А. Телевизионные новости: конструирование политических событий: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. социол. наук, 23.00.02 / К.А. Антонов. – Кемерово, 2004. – 21 с.
12. Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления / М. Хайдеггер; пер. с нем. – М.: Республика, 1993. – 447 с.
13. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман; пер. с нем. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
14. Балынская Н.Р. Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России : автореф. дис. на соискание уч. степени докт. полит. наук, 10.01.10 / Н.Р. Балынская. – М., 2009. – 34 с.