

1. А.А. Романов, П.Б. Царьков

Тверская государственная сельскохозяйственная академия, г. Тверь

1. A.A. Romanov, P.B. Tsarkov

Tver state agricultural Academy, Tver

РОЛЬ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ В ФОРМИРОВАНИИ ПАРТИЙНОГО ДИСКУРСА

THE ROLE OF POLITICAL LINGUISTICS IN THE FORMATION OF THE PARTY'S DISCOURSE

Ключевые слова: дискурс, политика, коммуникация, политическая лингвистика, речь

Keywords: discourse, politics, communications, political linguistics, speech

В статье описаны некоторые актуальные проблемы политической лингвистики и представлены способы их решения. Задача исследователя в этой области – выявлять языковые черты политика, партии. Эти черты становятся для потребителя информации (гражданина, избирателя) критериями оценки политика или политической партии, по которым они могли бы определить их политико-идеологический образ, соотнести его с собственными представлениями о политике, государстве и гражданском обществе.

This article describes some urgent problems of political linguistics; ways of their decision are presented. Political linguistics does an important applied task of objective transfer of information to the leaders and party members in political discourse. The article suggests the effectiveness of methods of politician image reconstruction policy by studying linguistic characteristics of communicators in political sphere.

Когда люди не до конца поняли, что российская финансовая система тесно связана с мировой, многие российские политики позволяли себе высказывания, которые, вполне возможно, они сами не до конца понимали. Примером может послужить высказывание Председателя Государственной Думы Российской Федерации Бориса Грызлова о том, что мировой финансовый кризис потому и называют мировым, что он проходит за пределами России и сказал, что Россия является «островком стабильности» в мировом нестабильном пространстве. Тогда многие политологи, лингвисты и просто наблюдательные люди вновь взяли ручки и блокноты, как во времена премьерства Виктора Черномырдина и начали записывать. Многие высказывания одного из лидеров партии, спикера Государственной Думы можно подвергнуть сомнению. Вспомнить хотя бы фразу, что «Государственная Дума не место для политических дискуссий», когда Грызлов комментировал разногласия между представителями нескольких течений в партии «Единая Россия»

Наличие в партии трех политических клубов – государственно-патриотического, либерально-консервативного и клуба социально-консервативной политики, среди которых представлено и либеральное направление, дает нам основание утверждать, что идет постоянная дискуссия среди депутатов фракции «Единая Россия» и мы можем не только наблюдать, но и анализировать те политические процессы, которые происходят в государстве через речевую практику «центристской» партии и носителей ее языкового портрета.

Лингвистический анализ речей депутатов Государственной Думы, сделанный в рамках диссертационного исследования «Языковой портрет думского политика-либерала» позволил сделать выводы о том, что депутаты подстраиваются под политическую обстановку, каждую конкретную ситуацию, выполняя роль агитаторов. Этот тезис не теряет актуальности в условиях кризиса.

В настоящее время исследователи определили особый языковой тип политика, который формировался в семиотическом пространстве коммуникативных актов политической направленности на протяжении многих веков российской истории, а в течение последних ста лет нашел свое лексическое выражение в концепте «думский политик». Он отчетливо проявился на этапе трансформации общества из одной социальной знаковой парадигмы в другую, в период смены одного доминантного дискурса другим. В языковом портрете мы выявили три словесных уровня, которые определяют персонифицированный и коллективный образ думского политика. Этот образ проявляется через индивидуальный либеральный тезаурус, внутреннюю и внешнюю речь о себе (автопортрет политика); через идеи и смыслы, авторами которых является имплицитный или эксплицитно выраженный коллектив (фракция в Государственной Думе) из числа депутатов.

Интегрированным и конвергентным типом языкового образа думского политика является носитель парламентской лексики, участвующий в речевом производстве и пропаганде смыслов и ценностей, содержащихся в программных текстах партий и переплавляемых в процессе персональной вербальной интеракции в новые по качеству ментальные единицы.

Мы принимаем во внимание, что парламентский дискурс является одним из трех основных типов политического дискурса (социалистического, государственного, либерального) формирующего три соответствующих типа речевого поведения думских политиков, которые говорят на разных политических «языках». Все три дискурса представлены в семиотическом парламентском пространстве, а концептосфера представителей разных типов думских политиков наполнена различными ментальными представлениями о развитии государства и общества. Ментальные противоречия не могут не проявляться (и проявляются) в вербальном конфликте представителей трех дискурсивных типов. В процессе коммуникативного конфликта дискурсов происходят процессы языковой эрозии и диффузии. В соответствии с предложенной типологией образов и значимостью той или иной

языковой личности, рассмотрены портреты ряда думских политиков-либералов. В их число включены лидеры общественного мнения, активно участвующие в формировании парламентского дискурса, ораторы и модераторы партии, лидеры демократических фракций в Государственной Думе. Мы обнаруживаем факт рождения и развития парламентского дискурса, фиксируемого в интервале между 90-ми годами XIX века и 1917 годом; с конца 80-х – начала 90-х годов XX века по настоящее время.

«Единая Россия» стала партией власти в период благоприятной социально-экономической ситуации, характеризовавшейся постоянным ростом ВВП, снижением инфляции (которая повысилась лишь в 2007 году, но все равно была значительно меньше, чем в 1990-е годы) и увеличением оптимизма российских граждан. «Единая Россия» изначально опиралась на поддержку самого популярного политика России Владимира Путина, который два года назад официально ее возглавил. Поэтому партии было значительно легче завоевать поддержку населения, чем ее предшественникам, действовавшим в кризисные годы – «Выбору России» и НДР. Однако начавшийся экономический кризис поставил перед партией новые задачи, которые она пытается решать с учетом своего места в системе власти.

В настоящее время «Единая Россия» оказалась в противоречивой ситуации. С одной стороны, ей необходимо продолжать быть полностью лояльной по отношению к действующей российской власти, в том числе и в ситуациях, когда та принимает непопулярные решения. Ярким прецедентом в ее истории была монетизация льгот, когда «единороссы» оказались единственной партией, полностью поддержавшей действия правительства, пойдя против преобладавших в обществе настроений. Однако тогда недовольство населения удалось быстро погасить путем масштабных финансовых вливаний и глобальной пропагандистской кампании. Если вспомнить и проанализировать количество выступлений, напечатанных в газетах и журналах, озвученных на телеэкранах, транслированных через электронные средства массовой информации, то можно понять, что это было новым не только в отношении реформы, но и в отношении нового коммуникативного способа «обработки» общественного мнения. Нынешний кризис является куда более масштабным, и возможности правительства купировать протестные настроения являются в связи с этим не столь значительными, как в начале 2005 года.

С другой стороны, «Единая Россия» не может не реагировать на растущую критику в адрес власти. Стоит отметить, что многие думские политики, лидеры фракций, не состоящие в «партии большинства» строили свои речи на противопоставлении речам лидеров «Единой России». Влияние этого чувствуется на региональном и муниципальном уровнях. С учетом опыта работы в региональных отделениях партии парламентского большинства в качестве политического консультанта, можно сделать вывод, что позиция более мелких партий в кризисное время становится более выигрышной. 11 октября 2009 года состоялись самые масштабные в истории

новой России выборы. В одной только Московской области выбирали более 3,5 тысяч депутатов советов депутатов и глав муниципальных образований. Перед многими людьми, выдвинутыми от партии, встал актуальный вопрос: «Что говорить людям?». В условиях кризиса партийные лидеры и основные спикеры не смогли сформировать актуальную повестку дня и потерпели коммуникативную неудачу. Многие из кандидатов, баллотировавшихся на этих выборах, уже являлись депутатами и главами городов, что во многом помогло удержать им свои позиции. Другим же пришлось упорно побороться и, среди прочего, включать в свою агитационную работу, как один из основных элементов своей работы, механизм актов политической дискурсии, а именно – написание текстов для газет, листовок, других материалов профессиональными лингвopsихологами, лингвистами, психолингвистами.

Многие поняли, что уже на стадии выборов в представительные и законодательные органы власти немаловажным обстоятельством является индивидуальный языковой портрет будущего депутата, проявляющийся в его имидже и речевой культуре. Язык претендента на думское кресло становится самостоятельным фактором, влияющим на формирование установок у избирателя при намерении голосовать за кандидата. В условиях пропорциональной избирательной системы, когда кандидаты не избираются по одномандатным округам, а индивидуальные образы будущих думских политиков скрыты за кулисами политических партий, которые предъявляют избирателям не личности, а списки кандидатов в депутаты, актуальным становится исследование коллективного «словесного» портрета политических фракций в Государственной Думе, законодательных собраниях регионов, а также советов депутатов на местном уровне. Чем больше привлекательных черт находят избиратели в языковом портрете кандидата и политической партии, чем яснее ее лозунги и программа, тем больше шансов у такого «портрета» быть помещенным в пространство парламента, городской думы. Все большую актуальность приобретает проблема персонифицированного образа политика, который выдвигается по партийным спискам в городскую думу или местный совет депутатов.

Целесообразно подчеркнуть, что тема влияния суггестивных («привлекательных») текстов на избирателя подробно обсуждалась в работах Тверской школы динамической модели диалога и лаборатории «Ведиум» (см.: Романов, 1999; 2001; 2002; Романов, Романова Е., Воеводкин, 2000; Романов, Черепанова, 1998; Романов, Романова Л., 2002; Романова Л., 2008), в которых дискурсивные характеристики личности политика анализировались с позиций практических политических кампаний.

При этом было также выявлено, что создание индивидуального и коллективного языкового портрета основных субъектов парламентской деятельности можно достичь с помощью анализа массива речевых практик, содержащихся в выступлениях депутатов и лидеров политических фракций, в текстах партийных программ и разного рода манифестов. Политический текст, который отложился в прошлом и продолжает накапливаться с молниеносной быстротой, заполняя информационное пространство

огромным количеством лингвистических построений разного качества, требует особых методов упаковки, экспертизы и утилизации словесных смыслов. В информационном обществе текст, транспортируемый адресату в виде языкового кода, сам по себе все больше становится фактором политики, определяющим содержание деятельности той или иной партии и государственно-общественной системы в целом. Именно этим обстоятельством определяется то внимание, которое в настоящее время отмечается у ведущих политических партий к формированию словесных смыслов партийной деятельности, которые они упаковывают в партийные манифесты и предвыборные программы, доводя их до избирателей. Все партии едины в мнении о важности политического языка, как самостоятельного фактора современной политики. Их позицию можно выразить словами В.Ю. Суркова, который считает, что *«политика – это, прежде всего, текст, сообщения»*. И не случайно он призывает партию «Единая Россия» создать «свой язык», чтобы формировать политическую повестку для государства и общества.

Для исследователей важно выявлять языковые черты политика, партии. Эти черты становятся для потребителя информации (гражданина, избирателя) критериями оценки политика или политической партии, любого актора и актера на политической сцене, по которым они могли бы определить их политико-идеологический образ, соотнести его с собственными представлениями о политике, государстве и гражданском обществе. Понимание партийно-политического языка – это во многом понимание векторов социально-культурного, социально-политического развития современной России, определение направлений общественного движения в настоящем и будущем страны.

Литература

1. Романов А.А. Политическая лингвистика: Функциональный подход. – М. - Тверь, 2002. – 191 с.
2. Романов А.А. Резонансная информация в актах политической коммуникации // Проблемы имиджологии. Материалы 2-й международной конференции «Проблемы имиджологии-2», г. Кривой Рог, Украина, 27 февраля 2001 года. – Киев: Изд-во Европейского ун-та финансов, информационных систем, менеджмента и бизнеса, 2001. – С. 143-48.
3. Романов А.А. Конфликтный дискурс политика // «Политический дискурс в России – 3» Материалы рабочего совещания 27-28 марта 1999. Ч. 1. – М.: Ин-т языкознания РАН, Диалог-МГУ, 1999. – С. 123-126
4. Романов А.А., Романова Е.Г., Воеводкин Н.Ю. Имя собственное в политике: Язык власти и власть языка. – М., 2000. – 112 с.
5. Романов А.А., Романова Л.А. Роль слухов как формы резонансной информации в формировании имиджа политика // ВІСНИК ЄВРОПЕЙСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ. Щоквартальний академічний журнал. – Київ, 2002, № 2 (2). – С. 101-115.

6. Романова Л.А. О трактовке перформативности и перформанса в социальной коммуникации // Языковой дискурс в социальной практике. Материалы межвузовск. Научно-практическ. конф. 4-5 апреля 2008 г. – Тверь: ТвГУ, 2008. – С. 336-340.

7. Романов А.А., Черепанова И.Ю. Языковая суггестия в предвыборной коммуникации. – М., 1998. – 205 с.

References

1. Romanov A.A. Political linguistics: a Functional approach. - M - Tver, 2002. - 191 p.

2. Romanov A.A. Resonance information in acts of political communication // the Problems of imagology. Materials of the 2nd international conference «Problems of imagology-2», Kryvyi Rih, Ukraine, February 27, 2001. - Kyiv: Publishing house of the European University of Finance, informational systems, management and business, 2001. - p. 143-48.

3. Romanov A.A. Conflict discourse of the «Political discourse in Russia - 3» proceedings of the workshop on March 27-28, 1999. 'clock 1. - M: Institute of RAS, Dialogue-MGU, 1999. - p. 123-126

4. Romanov A.A. Romanova E.G., Voevodkin N.Yu. proper Name in politics: the Language of power and the power of language. - M, 2000. - 112 S.

5. Romanov A.A. Romanova, L.A. Role rumors both forms of resonance information in shaping the image of policy // JOURNAL of EUROPEAN UNIVERSITY. Щоквартальний академічний magazine. - Київ, 2002, № 2 (2). - С. 101-115.

6. Romanova L.A. On the interpretation of performativity and performance in social communication // Language discourse and social practice. Materials межвузовск. Scientific and practically. proc. 4-5 April 2008 - Tver: Tver state University, 2008. - p. 336-340.

7. Romanov A.A., Cherepanova I.Yu. Language suggestion in the election of communication. - M, 1998. - 205 p.

(0,25 п.л.)