

**МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ «ВОЙНА» КАК КОГНИТИВНАЯ ОСНОВА
ПРЕДВЫБОРНОГО НАРРАТИВА РЕГИОНАЛЬНОГО ЖУРНАЛИСТСКОГО
ДИСКУРСА**

*Работа выполнена при финансовой поддержке Российского научного фонда,
проект №16-18-02032*

Сегодня тексты средств массовой информации формируют когнитивную модель «выборы». Данная модель определяет речевые практики и фреймовые структуры в сознании адресата. Одним из сценариев, который порождает предвыборный нарратив, является актуализация социоморфной, или военной метафоры «Война». Если на уровне федеральных средств массовой информации метафора войны апеллирует к образу внешнего врага, то региональный журналистский дискурс реализует метафору войны как борьбу с внутренним врагом, как типичное состояние социальной реальности.

Ключевые слова: предвыборный нарратив, метафорическая модель, война, журналистский дискурс.

В современном информационном обществе медиа определяют восприятие реальности. Возникает и активно используется термин «медиазация»: «Современная трактовка понятия медиазации в целом сводится к интеграции медиа в различные сферы жизни общества, формирование единой культурно-коммуникационной системы социума» [2. С. 194]. В этих условиях различные профессиональные, институциональные типы дискурса [5. С. 5–6] неизбежно будут трансформироваться под влиянием медиадискурса, речевых практик традиционных и новых медиа. В этом смысле институт политических выборов также представляется порождением журналистского дискурса, имеет текстовое воплощение. Мы можем говорить о формировании особой когнитивной модели «политические выборы». Т. А. ванн Дейк указывает на функции когнитивных моделей, определяющих восприятие реальности, но формирующихся дискурсом. Он «основывается на опосредованном характере отношения между структурами дискурса и социальными структурами. В качестве посредника выступают когнитивные структуры, которые моделируются в общественном сознании под воздействием дискурса [8. С. 30]. По словам Т. А. ванн Дейка, «... важнейшим компонентом процессов построения и восприятия текстов является осмысление стоящих за ними социальных ситуаций и их когнитивная репрезентация» [3. С. 161]. Таким образом, возникает дихотомия: реальная социальная ситуация (фрагмент) и представление о ней, которое существует в виде сценария, или фрейма, приобретенного в результате социокультурного опыта. Второй элемент определяет построение дискурса, что и как мы будем говорить, сталкиваясь с реальной ситуацией или описывая ее в речи: «Когнитивные модели составляют референциальный базис для интерпретации дискурса, а не “фрагментов реального мира”, или ситуаций» [3. С. 164].

Иными словами, данная когнитивная модель определяет речевые практики и фреймовые структуры в сознании адресата, который является потенциальным избирателем. Функциональной единицей, реализующей в речевой деятельности модель «выборы», становится предвыборный нарратив, то есть совокупность повествовательных журналистских текстов, объединенных общими событиями, которые связаны с

деятельностью кандидата-участника политических выборов во время избирательной кампании и выборными процедурами (См. определение политического нарратива, данное Е. И. Шейгал) [10].

Одним из фреймов, который порождает предвыборный нарратив, является актуализация социоморфной метафоры войны. Еще Дж. Лакофф, М. Джонсон в работе «Метафоры, которыми мы живем» указали, что понятийная метафора «война» «принадлежит к числу тех метафор, которыми мы “живем” в нашей культуре: она упорядочивает те действия, которые мы совершаем в споре [6. С. 389]. В русскоязычной научной традиции исследования метафоры в политическом дискурсе и медиадискурсе посвящен большой массив работ. Ключевыми для нас являются труды А. Н. Баранова [1] и А. П. Чудинова. Так, А. П. Чудинов предложил описание метафорических моделей в политическом нарративе и подчеркнул высокую частотность использования метафоры войны в современной политической коммуникации [9].

Так, А. П. Чудинов указывает компоненты метафорической модели и основания для их классификации. В структуру модели ученый включает: исходную понятийную сферу (сфера-источник), новая понятийная область, фреймы, структурирующие смысл, слоты, «то есть элементы ситуации, которые составляют какую-то часть фрейма, какой-то аспект его конкретизации», компонент, связующий первичные и метафорические смыслы, мельчайшая смысловая общность [9. С. 70–72]. Важную роль в актуализации смыслов метафоры играет дискурсивная характеристика модели и продуктивность модели [9. С. 72]. Классификацию моделей А. П. Чудинов строит на характеристике исходной понятийной сферы (сферы-источника) и выделяет четыре разряда метафорических моделей: антропоморфная, природоморфная, социоморфная и артефактная метафоры [9. С. 77–78].

В рамках исследований по гранту Российского научного фонда (проект № 16-18-02032) «Ментально-языковые трансформации русской лингвокультурной личности: поиск идентичности в медиатизированном обществе» был составлен корпус журналистских текстов, опубликованных в региональных средствах массовой информации с января по сентябрь 2016 года, в которых рассказывается о деятельности кандидатов в Государственную Думу РФ от Челябинской области.

В ряде текстов, посвященных деятельности кандидатов в депутаты в Государственную Думу РФ от Челябинской области, было отмечено активное использование социоморфной метафоры «Война», что привело к формированию особого подвида предвыборного нарратива, в основе которого находится рассказ о деятельности кандидатов по упорядочиванию социальной сферы в виде проведения военных действий. Так, в рамках регионального журналистского дискурса война представляется как борьба с внутренним коллективным врагом, со сложившимся порядком, представленным абстрактными фигурами чиновников, структурами ЖКХ, в отличие от дискурса федеральных СМИ, апеллирующего к образу внешнего врага, противостоянию различных типов культур. Мы можем говорить об использовании готовой модели, которая подстраивается под внутреннюю специфику.

Так, в материалах о В. Бурматове, представителе партии «Единая Россия», разрабатывается инвариантная схема нарратива о кандидате, который имеет реальную политическую власть и устраняет хаос и беспорядок в сфере жилищно-коммунального хозяйства. Создана стереотипная ситуация боя / борьбы субъекта повествования с некими организациями (в текстах даны родовые номинации «подрядчик», «компания» и даже «бригада рабочих»), которые нарушают закон и порядок. Результаты деятельности «врагов» представлены типовыми слотами метафоры войны: «разрушения», а деятельность кандидата – «рейд» – описана с помощью многозначного слова, включающего сему «военные действия»: «Рейд [англ. raid] – 1) стремительное продвижение и боевые

действия подвижных (кавалерийских, танковых, механизированных) воинских частей или партизанских отрядов в тыл противника; 2) * обследование каких-л. объектов, деятельности предприятия и т. п., производимое группой лиц, представляющих властные или правоохранительные органы» [4]. Однако действия против врагов связаны не с применением физической силы, использованием оружия, а возбуждением уголовного дела и применением административных мер («Владимир Бурматов: Жильцов не обмануть фальшивым капремонтom» // «Вечерний Челябинск» от 21.07.2016). Подобная модель получает лексическое оформление (с использованием сравнительной конструкции): «В ЖЭК – как на войну», «С помощью депутата Госдумы пенсионерка “отвоевала” ремонт в своей квартире», подчеркивается длительность противостояния: «затяжная война» («Владимир Бурматов помогает решать проблемы старшего поколения» // «Вечерний Челябинск» от 20.07.2016).

Таким образом, мы можем говорить о создании предвыборного нарратива в региональном журналистском дискурсе, идентифицирующего деятельность кандидата по решению социальных проблем как защитника-воина, ведущего борьбу с враждебными силами. Показательно, именно в материалах о жилищно-коммунальном хозяйстве актуализируется метафора войны, позволяющая сформировать картину непрекращающейся борьбы власти и различных сил, предложить сценарий, который объяснит неразрешимость проблем в этой сфере. Иными словами, поведение местных субъектов политической жизни региона реактуализирует наиболее действенные архетипы, восходящие к универсальному мифологическому сюжету «мы–они». С другой стороны, за актерами предвыборного нарратива закрепляется постоянный репертуар ролей, которые можно соотнести с функциями сказочного героя. В. Я. Пропп выделил 31 функцию и установил их комбинации, которые и определяют развитие сюжета [7]. На этом же основании конструируется персональный предвыборный нарратив.

С другой стороны, в публикациях о кандидате, который не представляет партию «Единая Россия» и выступает как оппозиционер действующей власти, «врагом» являются чиновники и государственные структуры. Мы можем отметить прямо противоположную расстановку сил. В текстах, посвященных А. Севастьянову (партия «Родина»), реализуется нарратив «Робин Гуда», который отстаивает интересы граждан, борется с чиновничьим произволом, то есть «подпольной» войны. В этих материалах нет лексемы «война», но использованы различные части речи с семантическими компонентами «применение силы», «борьба»: «отстоять свои права» («Вечерний Челябинск» от 01.06.2016), «Сквер в центре Челябинска защитит Севастьянов и прокуратура» («Вечерний Челябинск» от 01.06.2016), «Лидер партии “Родина” Алексей Севастьянов будет давить на чиновников» (Chelyabinsk.ru от 13.05.2016). Однако сила здесь воплощается в обращении в суд или надзорные органы.

В результате сравнительно-сопоставительного анализа мы можем описать функционирование метафорической модели «Война» в предвыборном нарративе регионального журналистского дискурса. Во-первых, замена компонентов «внешний враг», «внешняя угроза», образом внутреннего коллективного врага, часто не имеющего конкретизации. Во-вторых, типовые слоты, связанные с применением силы или оружия, трансформируются в представления об уголовном и административном наказании, проведении инспекции или проверки. В-третьих, обнаруживается устойчивая взаимосвязь темы жилищно-коммунального хозяйства и метафорической модели «Война», указывающая на нерешенность проблем в этой сфере. Стоит отметить, что повествования с использованием метафоры войны составляют лишь подвид более масштабного предвыборного нарратива отдельного кандидата и предвыборного метанарратива на уровне региона в целом.

Список литературы

1. Баранов, А. Н., Караулов, Ю. Н. Русская политическая метафора : (Материалы к словарю) [Текст] / А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов. – М. : ИРЯ, 1991. – 193 с.
2. Гуреева, А. Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды [Текст] / А. Н. Гуреева // Вестник Московского университета. Серия № 10 «Журналистика». – 2016. – № 6. – С. 192–208.
3. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с английского [Текст] / сост. В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1989. – 310.
4. Захаренко, Е. Н., Комарова, Л. Н. и др. Рейд [Текст] / Е. Н. Захаренко, Л. Н. Комарова // Новый словарь иностранных слов. 25 000 слов и словосочетаний. – М.: «Азбуковник», 2003. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.slovari.ru/search.aspx?s=0&p=3068&di=vsis&wi=13811> (дата обращения: 15.11.2018).
5. Карасик, В. И. О типах дискурса [Текст] / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. научн. трудов / под ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.
6. Лакофф, Дж., Джонсон, М. Метафоры, которыми мы живем [Текст] / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990. – С. 387-415.
7. Пропп, В. Я. Морфология «волшебной» сказки [Текст] / В. Я. Пропп // Собрание трудов. – М. : Лабиринт, 1998. – 511 с.
8. Смирнова, Н. В. Язык СМИ и политика: к истории вопроса [Текст] / Н. В. Смирнова // Язык СМИ и политика: коллективная монография / под ред. Г. Я. Солганика. – М. : Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012. – С. 29–77.
9. Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография [Текст] / А. П. Чудинов. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2003. – 248 с.
10. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса: монография [Текст] / Е. И. Шейгал. – М.; Волгоград : Перемена, 2000. – 367 с.

Федоров Василий Викторович, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций факультета журналистики Челябинского государственного университета.

Электронная почта: vvf-82@mail.ru

ДЕТЕРМИНИЗМ ЖАНРОВ ФОТОЖУРНАЛИСТИКИ: ТЕОРИЯ, ПРОВЕРЕННАЯ ПРАКТИКОЙ

Проблемой современных печатных СМИ стал разрыв между научной теорией и практикой. На основе собственного практического опыта работы в периодических изданиях, многолетних научных исследований, проведенных в области практической фотожурналистики, автором сформулированы оптимальные характеристики ее видов и жанров, определены их основные признаки. Выводы научных исследований послужили основой создания оптимальной модели фотожурналистики, в которой представлен весь спектр ее жанров.

Ключевые слова: фотожурналистика, жанры, фотозаметка, фоторепортаж, фотоинтервью, фотокорреспонденция, фотоочерк, фотоэссе, ключевое понятие.

Деление журналистских произведений на жанры необходимо для лучшего их усвоения и эффективного практического применения. Бифуркация жанров относительна и условна, как и их формат, не имеющий четких границ. Многолетнее изучение фотожурналистской практики позволяет выделить и систематизировать типичные признаки жанров, дать им научное определение. Жанровые законы нельзя игнорировать, хотя они постоянно нарушаются, но их нарушение редко ставится в вину журналисту.

Усвоению фотожурналистской науки мешает полиморфность определения понятия «жанр».

Наиболее профессионально сформулировала понятие «жанр» В. В. Ученова, определившая его как «исторически устойчивую форму журналистских произведений, способ «упаковки» фактов и мыслей» [9. с. 191]. Писатель Василь Быков отмечал, что жанровые законы безнаказанно преступать невозможно. Мастера прозы поддержала В. В. Ученова: «Когда о признаках жанра забывают, – отмечала она, – рождается суррогат» [Там же, с. 193]. Рождению жанра предшествуют подготовка, изучение темы, изучение досье, архивных источников, справочного материала, фотосъемка, сбора фактического материала. И все это необходимо уместить в сроки выполнения задания, учесть даже размер публикации. Как правило, журналист опирается на собственный опыт и мировоззрение и личные оценки, а потому его личный выбор жанра и его «упаковки» не всегда соответствует рекомендациям ученых.

Проблемы развития фотожурналистики и пресс-фотографии изучены недостаточно. Темы научных изысканий касались отдельных аспектов или общетеоретических проблем. Высказывания в виде тезисов или докладов на международных научно-практических конференциях часто переходили в разряд философских споров и не принесли пользы фотожурналистам-практикам, сотрудникам и руководителям периодических изданий. Пример подобного подхода – отсутствие единства мнений в определении понятия «фотожурналистика», нечеткость характеристик и признаков основных ее жанров и видов, терминов и определений.

Цель проведенного автором анализа публикаций в периодической печати Беларуси и России – исследовать эффективность разработанной теории жанров фотожурналистики, соединяющих публицистический текст с образной иллюстрацией.

Задачей исследования является решение проблем создания оптимальных моделей фотожурналистских произведений, максимально соответствующих принципам