

Подлинное и мнимое в журналистике как факторы идеологического противостояния

Научный руководитель – Блохин Игорь Николаевич

Карпыков Танат Маратович

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: tanat-kr@yandex.ru

Различия в восприятии современного мира, субъективное или одностороннее истолкование действительности становятся причиной возникновения непонимания и разногласий в обществе, особенно в условиях идеологического противостояния. Ценностное столкновение особенно ярко демонстрирует избирательный процесс, в условиях которого происходит борьба за электорат, представляющая собой символическое сопротивление. Социокультурные факторы, связанные в основном с новым типом мышления аудитории, актуализируют визуальный язык, в котором прием «вижу — значит доверяю» становится одним из ключевых. Этот компонент в медиадискурсе способствует появлению мнимой символической реальности, актуализирующей проблему подлинного и мнимого в журналистике.

Цель данного исследования заключается в осмыслении мнимого и подлинного в журналистике в условиях предвыборной борьбы. Объектом исследования послужили материалы федеральных периодических изданий в период избирательного процесса в России. Предметом исследования являются мнимое и подлинное в материалах избирательной кампании 2017-2018 гг.

В статье автор обращается к работам ученых, исследующих политический дискурс - Амиров М. М. [1], Малышева Е. Г. [4], Дейк Т. А. [3], Мальковская И. А. [5]; ценностные ориентации и их отражение в медиа - Сидоров В. А. [6], Баева Л. В. [2]; семиотику политического дискурса - Токарев Г. В. [7], Шейгал Е. И. [8], Якоба Я. О. [9].

Для изучения поставленной проблемы используется контент-анализ с целью рассмотрения содержательной части публикаций для формулирования исходных положений исследуемой проблемы. В качестве эмпирического материала использованы публикации как государственных («Российская газета»), так и негосударственных изданий («Коммерсант», «Новая газета», «Независимая газета»). Далее автор обращается к дискурс-анализу с целью изучения в медиатекстах ценностных модусов и идеологем.

Миропонимание и мировосприятие человека подробно рассматривались в культурологических исследованиях как ментальные измерения культуры. Исследователи отмечают, что процесс смыслообразования воплощается на ментальном уровне в виде концептов, для которых в семиотическом измерении характерны признаки культурно-исторической обусловленности, синтеза конкретного и абстрактного, рационального и эмоционального, а также культурные установки. В условиях символического противостояния особое значение приобретают смыслы, включенные в концепты. Так, идеологемы представляют собой культурную установку, которая «используется в определенном культурном срезе и меняется при переходе от одной культурной модели к другой» [7]. Идеологемы как компоненты концептов включают в себя набор ценностей, отвечающие потребностям определенной идеологии.

В политическом смысле идеологемы конструируются в соотношении с реалиями действительности. Это подтверждает и предвыборный процесс, который затрагивает акту-

альные для России вопросы: присоединение Крыма и его статус, протесты Алексея Навального, экономическое положение, отношения с Западом, санкции и т. д. На основе этих вопросов создаются идеологические концепты, апеллирующие к ценностным ориентациям.

В российском медиапространстве с 2014 года активно освещается тема присоединения Крыма к России. Реакция кандидатов на крымский референдум неоднозначная. Оценочные коннотации идеологом по отношению к действующей власти отрицательные в основном у представителей либеральных течений. Различия в понимании активно формируют в дискурсе позицию «свой - чужой». Проявления мнимого очевидны, поскольку территориальные споры трудно идентифицируются из-за своей неоднозначности. Именно такие идеологемы обрастают слухами, становятся одним из инструментов манипулирования.

Либерализм как идеология, противоречащая в некотором смысле действующей власти, позиционируется в российских медиа как синоним оппозиционности и антоним патриотизма. Наибольшее количество публикаций, где упоминают сторонники либеральных течений, в основном наблюдается в оппозиционных изданиях - «Новой газете» (71), «Независимой газете» (48), нежели в государственной «Российской газете» (3).

Таким образом, мнимое как явление медиареальности подразумевает созданный в интересах отдельных политических сил проект, направленный на дискредитацию оппонентов. Как правило, он содержит противоречащие другим течениям ценностные установки, подлинность которых в таком случае невозможно доказать (например, позиционирование либералов в российском медиадискурсе как зарубежных агентов и т. д.). Таким образом, в процессе интерпретации идеологий создаются несколько форм символического противостояния в зависимости от ценностных установок партий и их лидеров. Подлинное прагматично, в рамках идеологического противостояния оно понимается только в границах одной партии, поскольку соответствует только её интересам (например, либеральные ценности понимаются как подлинные только в пределах той партии, которая опирается на ценности политической свободы).

Источники и литература

- 1) Амиров М. М. Агитационный предвыборный сверхтекст: организация содержания и стратегии реализации. Екатеринбург: 2002.
- 2) Баева Л. В. Информационная эпоха: метаморфоза классических ценностей. Астрахань: 2008.
- 3) Дейк Т. А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: 2015.
- 4) Мальшева Е. Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика. 2009. №30.
- 5) Мальковская И. А. Знак коммуникации. М.: 2008.
- 6) Сидоров В. А. Аксиология журналистики. СПб.: 2016.
- 7) Токарев Г. В. Введение в семиотику. М.: 2013.
- 8) Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М.: 2000.
- 9) Якоба Я. О. Изучение медиатекста в семиотике: методологические аспекты // Бизнес. Общество. Власть. 2013. №14.