

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНФЛИКТА ЦЕННОСТЕЙ В
ИНТЕРВЬЮ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА

Студентки 4 курса 412 группы
направления 44.03.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранный язык»
факультета иностранных языков и лингводидактики

Бычковой Анастасии Александровны

Научный руководитель
доцент кафедры английского языка и
методики его преподавания
канд. филол. наук, доцент

Т.А. Спиридонова

дата, подпись

Зав. кафедрой
английского языка
и методики его преподавания
канд. пед. наук, доцент

Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2022 год

Введение. *Актуальность* выбранной темы обусловлена необходимостью исследования языковых средств, репрезентирующих конфликт ценностей в дискурсивном медиaprостранстве, поскольку в настоящее время связь политической и медийной сферы жизни является особенно тесной, что означает, что современные СМИ могут не только влиять на большие объемы аудитории, но и становятся орудием идеологической борьбы и средством пропаганды.

Объект исследования – англоязычный политический медиадискурс.

Предмет исследования – особенности языковой репрезентации конфликтных ситуаций в политических интервью.

Цель исследования – изучение специфики репрезентации конфликта ценностей в рассматриваемом сегменте политического медиадискурса.

Задачи:

1. рассмотреть политический медиадискурс как лингвистическое понятие;
2. определить важные для политической сферы ценностные ориентиры;
3. описать лингвостилистические особенности жанра интервью;
4. выявить конфликтные ситуации в исследуемом материале;
5. выявить коммуникативные стратегии и тактики, участвующие в создании конфликта, и средства их языковой реализации;
6. проанализировать частотность и цели их использования.

В работе использовались такие *методы исследования*, как метод научного описания, реализуемый в приёмах сплошной выборки, сравнения, статистических подсчётов, дискурсивного, контекстуального анализа.

Методологической и теоретической базой исследования послужили работы в области теории дискурса (В.И. Карасик, Е.И. Шейгал, Е.С. Кубрякова, Е.В. Ишменев и др.); исследования в сфере конфликтного дискурса (А.С. Хохлов, М.С. Вершинин, А.Я. Анцупов, Д.М. Фельдман и др.), работы, посвященные жанровым особенностям интервью (Н.И. Лавринова, А.К.

Михальская и др.), коммуникативным стратегиям и тактикам в дискурсе (М.В. Юрина, К.В. Никитина Т.Ю. Мкртчян).

Материалом исследования послужили интервью с политическими деятелями, представленными в таких британских и американских телевизионных программах, как Face the Nation, Channel 4 News, Deutsche Welle, BBC Newsnight, AXIOS HBO за период с 2019 по 2022 годы.

Научная новизна данного исследования определяется выбором нового материала для исследования: современное политическое интервью, что помогает провести анализ с новых позиций.

Теоретическая значимость работы определяется тем, что она носит определенный вклад в рассмотрение лингвистических особенностей передачи конфликтных ситуаций в медиадискурсе.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов в курсах «Практика устной и письменной речи», «Практическая грамматика», «Стилистика», «Лексикология», «Язык современных СМИ».

Апробация исследования проводилась в Саратовском национальном исследовательском государственном университете им. Н. Г. Чернышевского с декабря 2021 г. по апрель 2022 г. на факультете иностранных языков и лингводидактики. Результаты исследования были представлены на 74 (11) Ежегодной студенческой научной конференции 21-22 апреля 2022. Тема доклада: «Языковые средства репрезентации конфликта ценностей в интервью политических деятелей».

Структура работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы.

Во введении обосновывается актуальность работы, формулируются цели и задачи исследования, а также его теоретическое и практическое значение, указываются методы анализа.

В первой главе исследуется проблематика англоязычного политического

медиадискурса, конфликтного дискурса, аксиологические особенности политического дискурса и жанровые особенности интервью.

Во второй главе приводится анализ результатов исследования языковых средств передачи конфликтных ситуаций на почве различий ценностных ориентиров в интервью современных политических деятелей.

В заключении подводится итог проведенной работы, формулируются общие выводы исследования.

Основное содержание. В первой главе «Теоретические основы исследования конфликтных ситуаций в интервью в рамках политического медиадискурса» определено понятие политического медиадискурса как особого вида дискурса, представляющего собой не отдельную разновидность массмедийного или политического дискурса, а симбиоз, закономерный результат их эволюции, органически сочетающий их основные особенности и реализующийся, прежде всего, в текстах массмедиа различных жанров и различных политических нарративов.

При этом степень преобладания политической или медийной составляющей в различных жанрах политического медиадискурса может быть различной. По словам Е. И. Шейгал, чем менее опосредованно выражен в жанре голос политического института или политика как представителя института и как личности, тем центральнее положение данного жанра в поле политического дискурса. Соответственно, чем важнее для жанра роль медийного посредника, тем ближе жанр располагается к центру поля медийного дискурса. Вопрос о взаимодействии «медийной» и «политической» составляющих в рамках изучаемого типа дискурса относится к числу наиболее спорных. Несмотря на то, что ученые разделяют политический дискурс и дискурс СМИ, их пересечение рассматривается как особый тип дискурса. В данном исследовании предлагается называть политический дискурс, осуществляемый средствами медиатехнологий, политическим медиадискурсом. Его принадлежность к политике обусловлена целями идеологического воздействия дискурса и участием профессиональных политиков в его создании. А журналистская

составляющая проявляется в использовании всех технологических ресурсов СМИ для трансляции этого дискурса. Е. И. Шейгал среди жанров, в которых функционирует политический дискурс, выделяет интервью.

Выявлено, что политическое интервью является собой способ общения политика с народом посредством ответов на вопросы журналиста. Цель политического интервью состоит в пропаганде политических представлений, в осведомлении об участниках политических процессов, в завоевании поддержки народа. Тем самым интервью с политиком в СМИ является в полной мере частью массовой политической коммуникации. Российские исследователи называют интервью политическим в трех случаях: во-первых, если это разговор о политике с любым интересным журналисту собеседником, во-вторых, если это разговор журналиста с политиком и, в-третьих, если это разговор с политиком и о политике. Разделяя в целом представления российских ученых о политическом интервью, в данном исследовании интервью рассматривается как разговор с политиком и о политике, распространяемый посредством массмедиа. Оно обладает собственными характерными чертами:

1. Подготовленность, которая проявляется в предварительной подготовке темы беседы, обдумывании хода и цели интервью в рамках предварительно заданных статусно-ролевых отношений интервьюера и интервьюируемого политика, а также ограничении интервью во времени и пространстве.

2. Контроль ведущего за ходом интервью. Неравноправие участников интервью обусловлено двусубъектными моделями, где интервьюер посредством вопроса инициирует диалог и требует, в свою очередь, ответной реплики интервьюируемого политика. Во время интервью в целом доминирующее место занимает интервьюер, контролирующий весь процесс коммуникации, в частности, выбор темы разговора, смещение ролей говорящих и т. п.

3. Ориентация на массовую аудиторию. Через СМИ политическое интервью берет на себя общественно политические функции: распространение политической информации, воздействие на общественное мнение, формирова-

ние образа политических партий и правительства, стабилизация политической обстановки и др.

4. Взаимодействие участников. В отличие от политической риторики, политическое интервью представляет собой диалогическую речь, состоящую из вопросительной реплики интервьюера, инициирующего диалог и ответной реплики интервьюируемого политика.

5. Драматургия. В политическом интервью массовая аудитория, как скрытое лицо коммуникации, играет роль контролера. Применительно к содержанию интервью возможные темы разговора, интересные для аудитории, подбирает интервьюер, который и задает вопросы от имени аудитории. В отношении формы интервью отличается устойчивыми и стереотипными выражениями. Стремясь к воспроизведению устной речи в СМИ, политическое интервью тем не менее представляет собой разговор искусственный, неестественный.

В настоящей работе политические интервью были изучены через призму ценностных ориентиров и установок. Определено, что ценности – это специфически социальные определения объектов окружающего мира, выявляющие их положительное или отрицательное значение для человека и общества. Таким образом, система ценностей или антиценностей – того, что воспринимается как нежелательное, вредное, против чего борются субъекты политической деятельности определяет политическое сознание отдельного человека, социума или нации в целом.

При наиболее общем подходе целесообразно использовать следующую классификацию политических ценностей:

- Высшие ценности — человечество, человек.
- Материальные ценности — природные ресурсы, труд, орудия и продукты труда, необходимые для существования человечества и его воспроизводства.
- Ценности социальной жизни — различные общественные образования, возникающие в ходе прогрессивного развития человечества, общественные институты, необходимые для жизнедеятельности общества: семья, нация, класс, государство.

- Ценности духовной жизни и культуры — научные знания, философские, нравственные, эстетические и другие представления, идеи, нормы, идеалы, призванные удовлетворять духовные потребности.

- Политические ценности — свобода, демократия, права человека, права нации и др.

Столкновение ценностных ориентиров может привести к различным конфликтам. В данном исследовании подробно рассмотрены особенности политического конфликта. Политический это столкновение (противоборство) двух и более субъектов политики, причинами которого являются несовместимые политические интересы, цели и ценности, непосредственно или опосредованно связанные с политической (государственной) властью. Конфликты различаются по стадиям протекания, количеству участников, масштабу и формам протекания, а также сферам, затрагиваемым конфликтом.

Для различных стадий конфликта характерны различные языковые стратегии и тактики, способствующие его выражению. По мнению М. Я. Блоха, стадия развития конфликта, его эскалация представляет наибольший интерес с позиции исследователя конфликтной коммуникации, так как именно на этом этапе ярко проявляется противостояние сторон, выраженное в речевых действиях. При анализе современных исследований в области речевых стратегий политического дискурса, направленных на репрезентацию конфликта, были выделены следующие стратегии:

- стратегия дискредитации;
- стратегия самопрезентации;
- стратегия угрозы;
- стратегия убеждения;
- стратегия упрека.

Во второй главе «Анализ языковых стратегий и тактик выражающих конфликт ценностей в политическом интервью» проведён собственно анализ исследуемого материала на частотность употребления тех или иных коммуникативных стратегий и тактик, выражающих конфликтные ситуации и

языковые средства, при помощи которых данные стратегии и тактики осуществляются в речи.

Особенность жанра интервью состоит в неравенстве распределенных ролей. Главная роль у интервьюера, он выбирает темы и вопросы и задает тон дальнейшей коммуникации. Стоит сказать о том, что использованные стратегии могут быть провокационными, то есть понижать тон общения, нейтральными и протекционистскими, повышающими тон общения.

Основная задача политических деятелей – грамотно отвечать на коммуникативные стратегии интервьюера, сохраняя свой имидж перед зрителями.

В данном случае рассмотрены интервью, в которых присутствует конфликтная ситуация, на почве расхождения ценностных ориентиров. Стоит отметить, что данные ситуации возникают чаще всего с использованием интервьюером провокационных речевых стратегий.

Было проанализировано пять различных интервью политических деятелей. Все они презентуют разнообразие конфликтов ценностей и разнообразие использованных языковых средств, выражающих эти конфликты.

Первое проанализированное интервью представляет собой диалог премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона и политического редактора BBC Newsnight Ник Ватта. Основной темой данного интервью является русско-украинский конфликт, который затрагивает такие общечеловеческие ценности как мир, жизнь, справедливость. В данном интервью конфликтная ситуация выражена при помощи таких коммуникативных стратегий как: стратегия упрёка, дискредитации, убеждения, самопрезентации, стратегия угрозы. самыми частотными оказались стратегии дискредитации, самопрезентации и убеждения. Данные стратегии были представлены в данном интервью 2 раза, в то время как стратегия упрёка и стратегия угрозы были представлены 1 раз. Использовались различные коммуникативные тактики, однако можно проследить повтор тактик оценки и отождествления себя с некоторыми группами людей. Языковые средства,

выражающие данные тактики — это лексемы с негативной коннотацией, неологизм, антитеза.

Второе интервью было представлено диалогом премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона и политического редактора Великобритании Гэри Гиббона. Темами интервью стали процедура Брексита, иммиграция и рост безработицы в стране. Несмотря на то, что Великобритания является развитой страной, конфликт ценностей имеет место быть, так как каждая страна претерпевает какого-либо рода изменения и развитие. В данном случае, это выход из Евросоюза - Брексит. Конфликт произошел на почве материальных ценностей, а именно труда.

Во втором интервью присутствовали такие коммуникативные стратегии, как стратегия убеждения. Выражалась тактикой обоснованной, по мнению говорящего, оценки, которая, в свою очередь, выражена лексемами с негативной коннотацией и указывает на ложь. Далее, Борис Джонсон использует тактику аргументирования данной оценки в рамках реализации стратегии дискредитации. Данная тактика презентуется при помощи синтаксического стилистического приёма анадиплосис, заключающегося в звуковом или словесном повторе заключительной части одного речевого отрывка вначале следующего. Кроме того, в данном интервью была представлена стратегия самопрезентации, выраженная тактикой нейтрализации негативной информации. Прослеживается обильное использование личного местоимения «*we*», указывающее на желание политика создать впечатление единства с народом и личного местоимения «*I*», что говорит о желании политика продемонстрировать личные достижения.

Третье интервью представлено диалогом бывшего президента Соединённых Штатов Америки Дональда Трампа и австралийского журналиста Джонатана Свона. Интервью было выпущено в рамках программы AXIOS на телеканале НВО 3 августа 2020 года, в то время, когда Дональд Трамп был ещё действующим президентом США. Данный диалог посвящён различным темам, однако на повестке дня стояли вопросы о коронавирусе, предстоящих выборах и проблеме расизма в Америке тех дней. В исследуемом материале

встречались такие коммуникативные стратегии, как стратегия убеждения, выраженная обильным использованием повелительного наклонения и стратегия самопрезентации, представленной такими коммуникативными тактиками, как тактика акцентирования положительной информации и тактикой самовосхваления. Языковые средства, помогающие реализовать коммуникативную цель – это обилие использования личных местоимений «we», «I», анафора.

Еще одним исследуемым интервью стало интервью президента Турции Эрдогана с американской журналисткой Маргарет Бреннан. Выбор был обусловлен тем, что Турция все еще является развивающейся страной, и в первой главе данной работы было отмечено, что именно развивающимся странам конфликт ценностей присущ в большей мере, чем развитым. В данном интервью конфликт коснулся таких основополагающих ценностей, как права человека, демократия.

В данном интервью два раза была ярко представлена стратегия самопрезентации, доказывая свои профессиональные успехи и признание его своим народом. Данная тактика была реализована при помощи различных языковых средств: обильное использование наречий частотности и постоянства действий, а также имеющих сильную эмоциональную окраску, преобладание в речи глаголов, имеющих положительную коннотацию. Эрдоган несколько раз прибегает к использованию числительных, что указывает на его желание продемонстрировать свой опыт и профессионализм.

В данном же интервью два раза была использована стратегия дискредитации оппонента. Выражена она была тактикой уточнения, тактика контрвопроса, направленной на дополнение, разъяснение, детализацию высказывания. Эта тактика используется для детализации, корректировки фактов.

В приведённом интервью, она реализуется при помощи вопросительных предложений, в которых экспрессия выступает дополнительным средством усиления. В данном случае, вопросительные предложения являются

уточняющими, но с точки зрения прагматики данные высказывания не вопросы. Интенция говорящего — указать журналисту на её некомпетентность и недостоверность используемых ей источников. Языковые средства, встречающиеся наиболее часто в данной стратегии – синтаксические конструкции: обилие вопросительных и восклицательных предложений.

Стратегия убеждения также прослеживается в данном интервью. Выражена она тактикой акцентирования положительной информации и такими языковыми средствами как анафора и ирония.

Последним исследуемым интервью стало интервью Тайваньского пропекинского политика Чжоу Си-вэя. Главный герой интервью является членом консервативной партии Китайской Республики Гоминьдан, основной целью которой является воссоединение Китая под главенством Тайваня. В данном интервью было прослежено употребление таких коммуникативных стратегий как стратегия убеждения, стратегия самопрезентации и стратегия угрозы. Стратегия убеждения использована в данном случае как попытка указать на искаженную информацию, недостоверные источники. Выражена она через тактику манипулятивной аргументации, которая в свою очередь, репрезентована анафорой. Цель «Сгладить углы» реализована путем использования сослагательного наклонения.

Стратегия самопрезентации выражается при помощи тактики отождествления себя с некоторыми группами людей: в данном случае, с самим Китаем. Используемые языковые средства: использования личного местоимения «*we*» и частотное использование модального глагола *can*. Стратегия угрозы в данном интервью реализована использованием анафоры, чтобы указать на твёрдость намерений и сослагательного наклонения, чтобы смягчить угрожающие намерения.

Анализ употребления коммуникативных стратегий показал, что наиболее частотной оказалась стратегия самопрезентации. Частотность использования данной стратегии составляет 41 %. Вторая по частотности стратегия – стратегия убеждения, её частотность составляет 27 %. Частотность использования

стратегии дискредитации составила 18%, стратегии угрозы – 9%, и, наконец, стратегия упрёка оказалась наименее употребляемой и частотность её использования составила всего 5%.

Выявить частотность употребления коммуникативных тактик оказалось сложнее, так как не существует одной общепризнанной классификации речевых тактик и их закономерность оказалась под сомнением. Однако среди наиболее употребляемых стратегий оказались и наиболее употребляемые речевые тактики – это тактика отождествления себя с конкретной группой людей (14%), тактика акцентирования положительной информации (9%), оценочные тактики (14%), тактика предупреждения (9%), тактика аргументации (9 %).

Наиболее частотными языковыми средствами оказались личные местоимения *we* (17%), *I* (11%), модальный глагол *can* (6%), наречия частотности (6%), анафора (5%), прилагательные с положительной коннотацией (5%), прилагательные, с негативной коннотацией (3%), числительные (3%), а также антитеза, анадиплосис, идиома, сослагательное наклонение, глаголы с положительной коннотацией, ирония, глаголы с негативной коннотацией, употребление которых составило по 2% для каждого из приведённых языковых средств.

Языковые средства, которые наиболее часто использовались, выявили закономерность поведения политических деятелей в медийном дискурсе и обозначили целевую установку их высказываний.

Заключение. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

Изучение медийного и политического дискурсов является особенно востребованным и актуальным в наше время, когда благодаря средствам массовой информации политика проникла во все сферы нашей жизни. Не осталось ни одной, где политика бы не занимала одно из главенствующих мест. Средства массовой информации являются мощным инструментом для политической пропаганды и борьбы за власть. Именно благодаря этому необходимо изучать различные способы языковой передачи конфликтных

ситуаций и уметь распознавать истинные цели высказываний политических деятелей. Одной из главенствующих причин возникновения политических конфликтов разного уровня является конфликт ценностей, именно на данный тип конфликта было обращено особое внимание в представленном исследовании.

В соответствии с поставленными в начале исследования задачами, были сделаны следующие выводы. Политический медиадискурс рассматривается многими исследователями как отдельный вид дискурса, имеющий основные черты как первого, так и второго. В то же время, преобладание черт двух видов дискурса может отличаться в конкретной ситуации. Из общих черт, присущих политическому и медиадискурсу и объединяющих их в один вид дискурса, исследователи отмечают злободневность и идеологичность.

Среди жанров политического медиадискурса исследователи выделяют жанр интервью, который имеет ряд присущих ему особенностей, среди которых: подготовленность, неравноправие участников, ориентация на массовую аудиторию, диалогичность и драматургия, делающая жанр интервью искусственным и неестественным разговором.

Ценностные ориентиры и конфликты на их почве зачастую являются основными темами для политических интервью. Так, в данном исследовании приведена типология политических ценностей, представленная следующими ценностными ориентирами: высшие ценности (человечество, человек), материальные ценности, ценности социальной жизни, ценности духовной жизни и культуры и собственно политические ценности (свобода, демократия, права человека, права нации и др.)

В ходе исследования было проанализировано пять различных интервью политических деятелей, в которых были представлены различные ценностные конфликты. Так, были исследованы конфликты на почве расхождения в таких ценностных ориентирах, как материальные и моральные ценности: труд, мир, свобода, права человека, демократия, суверенитет государства и свобода слова.

Были проанализированы способы языковой передачи конфликтной

ситуации и сделаны выводы о том, что наиболее частотными коммуникативными тактиками оказались тактика самопрезентации и убеждения, с преобладанием использования таких речевых тактик как тактика отождествления себя с некоторыми группами людей, оценочные тактики, тактика акцентирования положительной информации и тактика аргументации.

Языковые средства, преобладающие в реализации данных речевых стратегий и тактик: обильное использование личных местоимений «*I*», «*we*», модального глагола «*can*», наречий частотности «*always*» и «*never*» и стилистический приём анафора.

Такой вывод объясняется тем, что несмотря на конфликтную ситуацию, политическому деятелю важно сохранять свой имидж и расположение аудитории. Использование конфронтационных стратегий негативно отражается на данных целях. Стратегии самопрезентации и убеждения, являясь в данном случае конфронтационными, позволяют наиболее аккуратно, насколько это возможно, выражать свою позицию в конфликтной ситуации.