

10. *Smirnov I.P.* Porozhdenie interteksta. Elementy intertekstual'nogo analiza s primerami iz tvorchestva B. Pasternaka. SPb.: SPbGU, 1995. 189 s.
11. *Blake W.* The Complete Poems. L.: Penguin Group, 2004. 1071 p.
12. Holy Bible. Containing the Old and New Testaments. Salt Lake City: The Church of Jesus Christ of Latter-Day Saints, 2013. 2448 p.
13. *Keats J.* Sonnets. Miniatures. Odes / translated into Russian, preface, notes and afterword by A. Pokidov. M.: Letny Sad, 2014. 404 p.
14. Radiohead OK Computer Song Lyrics "Inspired by William Blake Poems" // The Telegraph. URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/newsttopics/howaboutthat/12157549/Radiohead-OK-Computer-song-lyrics-inspired-by-William-Blake-poems.html> (date of the application: 12.01.2020).
15. *Yorke T.* Airbag // Genius. URL: <https://genius.com/Radiohead-airbag-lyrics> (date of the application: 12.01.2020).
16. *Yorke T.* Song Facts. Airbag by Radiohead // Songfacts. URL: <https://www.songfacts.com/facts/radiohead/airbag> (date of the application: 12.01.2020).

DOI: 10.25586/RNU.V925X.20.01.P.128

УДК 81-2

Л.В. Сердюк

КОЛЛОКАЦИИ КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ
ФУНКЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ РОССИИ,
ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ГРЕЦИИ

С опорой на теорию дискурс-анализа, разработанную З. Харрисом и принятую в качестве основания для определения понятий «медиадискурс» и «медиатекст», приводится характеристика коллокаций русского, английского и греческого языков как инструментов реализации аксиологической и идеологической функций политического медиадискурса России, Великобритании и Греции, чьи языковые средства реализации составляют приоритетное направление политической лингвистики.

Ключевые слова: коллокация, аксиологическая функция, медиадискурс, медиатекст, ценности.

L. V. Serdyuk

COLLOCATIONS AS A MEANS OF IMPLEMENTING THE AXIOLOGICAL
FUNCTION IN THE POLITICAL MEDIA OF RUSSIA,
GREAT BRITAIN AND GREECE

Based on the theory of discourse analysis, developed by Z. Harris and adopted as the basis for defining the concepts of "media discourse" and "media text", a description of the collocations of Russian, English and Greek languages as tools for implementing the axiological and ideological functions of political media discourse in Russia, Great Britain and Greece, whose linguistic means of implementation constitute a priority area of political linguistics.

Keywords: collocation, axiological function, media discourse, media text, values.

Увеличение количества работ отечественной лингвистики в конце XX – первой четверти XXI в., объектом анализа которых является дискурс (Г.В. Степанов, Д.Н. Шмелев, В.Г. Костомаров, О.А. Лаптева, Г.Я. Солганик, Ю.В. Рождественский, А.Н. Васильева, С.И. Сметанина, Т.Г. Добросклонская), свидетельствует о том, что в российское языкознание введено направление исследований, сформировавшееся в западных лингвистических школах, в частности «американской (Т. ван Дейк, З. Харрис), германо-австрийской школе дискурсивного анализа (У. Маас, З. Егер, Ю. Линк, Ю. Хабермас, Р. Вордак), основывающейся на концепции дискурса французского историка и социолога М. Фуко» [3, с. 20]. Понятия медиадискурса и медиатекста, являясь производными от теории дискурса, также составили объект исследования «англоязычной научной литературы» в 90-х гг. XX в. [Там же, с. 22] и отечественной лингвистики, таким образом, определены подходы и направления анализа «семантического треугольника»: дискурс – медиадискурс – медиатекст, – в пределах которого интерпретируются, переформулируются теории зарубежной лингвистики, результативность в определении медиадискурса как «реализации социально значимых действий и стратегий, выполняемых участниками общения в рамках определенных, релевантных для данного языкового сообщества и культуры коммуникативных ситуаций» [2, с. 215], или как «связного, вербального или невербального, устного или письменного текста в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженного средствами массовой коммуникации, взятого в событийном аспекте, который представляет собой действие, участвует в социокультурном взаимодействии и отражает

механизмы сознания коммуникантов» [4, с. 344]. Разнообразие трактовок понятий «дискурс», «медиадискурс», «медиатекст» и различия в объеме обозначенных терминов препятствуют исследователям в отечественной лингвистике выявить базовые характеристики, наличие которых позволило бы констатировать определенный подход, научную школу, продолжение методологии исследования которой дает возможность осуществить поступательное накопление знаний или хотя бы конкретизировать названные понятия.

Изложенное, с одной стороны, означает, что каждый из компонентов триады: дискурс – медиадискурс – медиатекст – относится к категории «понятие», но не является термином в его общенаучном определении, и, с другой стороны, свидетельствует о необходимости принять в качестве основания исследования подход, содержащий дифференциацию понятий «медиадискурс»/«медиатекст», в качестве которого в данной статье принимается концепция дискурс-анализа З. Харриса как одна из основополагающих в разработке данной проблемы [14]. В соответствии с теорией дискурс-анализа З. Харриса понятие «дискурс как предмет лингвистического анализа» имеет определенное содержание и означает речевое высказывание (текст) в его устной и письменной формах в определенной ситуации речевого взаимодействия конкретной культуры.

Теория дискурс-анализа, разработанная З. Харрисом, принятая в качестве основания для определения содержания понятия «медиадискурс», позволяет охарактеризовать его как речевое сообщение (текст) в его устной и письменной формах, созданное в сфере СМИ определенной социокультурной языковой общности, по отношению к которому понятие «медиатекст» означает речевое сообщение (текст) в его

устной и письменной формах, созданное в сфере СМИ и характеризующееся общими признаками медийной культуры, не зависящими от типа национальной культуры.

Объектом нашего исследования является политический медиадискурс в приведенной выше трактовке России, Великобритании и Греции. Предмет анализа составляет характеристика колокаций русского, английского и греческого языков как инструментов реализации аксиологической и идеологической функций политического медиадискурса России, Великобритании и Греции.

Языковые средства реализации названных функций, составляя приоритетное направление политической лингвистики, в то же время являются недостаточно изученными (особенно в греческом языкознании), определяя, таким образом, актуальность исследования.

Аксиологическая и идеологическая функции, как отмечается исследователями медиадискурса, составляют его неотъемлемую характеристику (Р. Барт, В.З. Демьянков, К.В. Костина, Ю.В. Рождественский, Е.И. Шейгал, А. Буркхардт и др.). В политическом медиадискурсе названные функции, наряду с манипулятивной, определяют основные цели, реализующие коммуникативное намерение адресанта.

Под аксиологической функцией в лингвистике понимается оценка окружающей действительности с точки зрения разнорядковых ценностей: морально-нравственных, этических, социальных и др.

Процесс оценивания основывается на сопоставлении как минимум двух явлений по критериям, в качестве которых выступают значимые в конкретной социокультурной языковой общности эталоны оценочного символа (социальная норма: законно/незаконно; социальный процесс: демократия/авторитаризм и т.д.). Как от-

мечает Е.Ф. Серебренникова, в социально ориентированной лингвистике до настоящего времени не выявлены закономерности и особенности динамики ценностных смыслов общества в их «вечной» антропологической, культурологической континуальности и феноменологической дискретности; значимости языковой культуры в процессах социализации личности, воздействующего потенциала дискурсивной, особенно медийной, деятельности на информационное и духовно-нравственное состояние общества [12, с. 4].

Функция идеологического воздействия, направленная на формирование политической картины мира в сознании членов социокультурного языкового коллектива в конкретном государстве, как правило, реализуется медиадискурсом, в частности, в политических медиатекстах посредством «идеологемы», которая трактуется с позиции двух подходов: лингвистического и лингвокогнитивного. В соответствии с лингвистическим подходом идеологема характеризуется как «устойчивое словосочетание, непосредственно связанное с идеологическим денотатом» [6], или словосочетание, имеющее в своем значении идеологический компонент [8, с. 152].

В семиотическом подходе под идеологемой понимается единица «коммуникативной стилистики, основная авторская идея, имеющая политическое, экономическое или социальное значение, ради которого создается текст» [5, с. 38].

С позиции когнитивного подхода идеологема представляет собой ментальную единицу, «в состав которой входит идеологический компонент и которая, как правило, репрезентируется словом или устойчивым словосочетанием» [8, с. 153], или «универсальную мыслительную, когнитивную единицу идеологической картины мира, которая объективируется в тексте

и шире – в дискурсе языковыми единицами различных уровней и знаками других семиотических систем» [7, с. 34].

Приведенные трактовки идеологемы свидетельствуют о двойственной характеристике этого явления, которое соотносится с понятийной категорией идеологического содержания в сознании члена национально-культурного социума и выражается конкретным словом, словосочетанием национального языка.

С такой позиции идеологема как репрезентация конкретной идеологии соотносится с концепцией, разработанной Р. Бартом, в которой слово приравнивается к мифу. Мифом, по Р. Барту, «может стать все, что покрывается речевым высказыванием» [1, с. 233]. В соответствии с его концепцией миф по своей природе вторичен и представляет результат ценностного семиозиса, спроецированного на первичное языковое значение. И поэтому смысл получает у Р. Барта определение «означающего» языкового знака, а само означающее мифа составляет форму, в результате языковой знак, воспринимаемый в качестве модели сверхзнака в единстве означаемого и означающего, является материальной основой формирования мифа. Идеологема, составляя неотъемлемый компонент политического медиадискурса, реализуется в политическом тексте посредством специфического языкового выражения, в частности колокаций, соотносимых по значению с понятиями в сознании носителя языка.

По определению Е.Г. Борисовой колокации – это несвободные идеологические словосочетания, где свободный компонент не изменяет своего смысла, а несвободный отличается от того, который реализуется в свободных словосочетаниях. Используя колокации как средства идеологического воздействия в политическом медиадискур-

се, адресант формирует в общественном сознании определенную картину политического мира, и в то же время используемая колокация соотносится с определенной аксиологической оценкой, которая воспринимается только членами конкретного языкового социума. В соответствии с трактовкой Р. Барта идеологема как миф, т.е. несуществующая, но создаваемая адресантом – автором текста (СМИ), апеллирует к ценностям, интерпретировать которые может только член конкретного национально-культурного социума, понимающий как языковую форму колокации, так и ее аксиологический смысл и при этом не осознающий, что осуществляется воздействие на его идеологические представления.

Сопоставление политических медиатекстов, в которых саммит Россия – Африка (24–25 октября 2019 г.) представлен российскими проправительственными СМИ («Российская газета» [11], «РИА Новости» [10]), либеральными СМИ России («Новая газета» [9]), СМИ Великобритании («Financial Times» [13], «The Guardian» [15]) и Греции (То Βήμα [16], Ρίζοσπάρτης [17]), позволяет выявить колокации, реализующие аксиологическую функцию, и в то же время идеологемы.

Проанализированные колокации были сгруппированы в соответствии с явлениями реальной действительности, которые они называют, реализуя номинативную функцию:

1. Отношения России с государствами Африканского континента

Проправительственные СМИ России:

- связывают узы традиционно дружественных отношений;
- внесла существенный вклад в становление;
- развитие отношений является одним из приоритетов российской внешней политики;

– подчеркивали важную роль нашей страны в регионе;

– принцип невмешательства во внутренние дела государств.

Либеральные СМИ России:

– борьба за Африканский континент;

– Кремль действует в советских традициях, пытаясь везде наступить Западу на хвост;

– цель – не вести свою игру, а испортить чужую, чтобы боялись и уважали;

– это и есть самый мелкий колониализм;

– приход России выглядит как попытка эксплуатации старых связей;

– транслировать свои амбиции.

СМИ Великобритании:

– *in a geopolitical coup for Mr. Putin* – «к геополитическому перевороту для г-на Путина»;

– *Moscow seeks to rebuild ties with the continent* – «Москва стремится восстановить связи с континентом»;

– *The Kremlin's aim is to reinsert itself as a geopolitical powerbroker on the continent* – «Цель Кремля – вновь заявить о себе как о геополитическом влиятельном лице на континенте»;

– *Putin seeks friends and influence* – «Путин ищет друзей и влияние»;

– *in pursuit of allies and trading partners* – «в погоне за союзниками и торговыми партнерами»;

– *the Kremlin goes in search of new political allies* – «Кремль ищет новых политических союзников»;

– *Putin tries to sell Russia as a longstanding and dependable partner* – «Путин пытается продать Россию как давнего и надежного партнера»;

– *cold war-era ties have already helped* – «связи времен холодной войны уже помогли»;

– *Seeking to turn political friendship into business partnerships* – «Стремясь превра-

тить политическую дружбу в деловое партнерство»;

– *In west Africa Moscow has made inroads through its security apparatus and its extractive industry players* – «В Западную Африку Москва прорыла через свой аппарат безопасности и игроков добывающей промышленности»;

– *Putin tried to increase his country's allure* – «Путин попытался повысить привлекательность своей страны»;

– *Russia believes it can extend its influence while edging out other powers* – «Россия считает, что может расширить свое влияние, вытесняя другие державы»;

– *Putin rolled out the red carpet in Sochi* – «Путин расстелил красную дорожку в Сочи».

СМИ Греции:

– Η Ρωσία κάνει απόβαση στην Αφρική – «Россия высаживается на берег Африки»;

– Η σύνοδος έφερε στη μνήμη την παλαιά ισχύ της Σοβιετικής Ένωσης – «саммит воскресил в памяти былую мощь Советского Союза»;

– Η σύνοδος σηματοδότησε και επίσημα την επιστροφή της Ρωσίας ως υπερδύναμης – «саммит официально обозначил возвращение России как сверхдержавы»;

– Ούτε ένας, ούτε δυο, αλλά 43 ηγέτες αφρικανικών κρατών προσήλθαν στο Σότσι – «Не один, не два, а 43 африканских лидера приехали в Сочи»;

– ξεκίνησε η Μόσχα να επενδύει σε χτίσιμο σχέσεων με χώρες της Αφρικής – «Москва начала инвестировать в построение отношений с африканскими странами»;

– οι προτάσεις που τους έκαναν οι Ρώσοι ήταν σχεδόν win-win – «что предложения россиян были почти беспроигрышными»;

– η Μόσχα δεν επέβαλε πολιτικούς όρους για την έναρξη συνεργασίας – «Москва не выдвигала политических условий для начала сотрудничества».

2. Безопасность

Проправительственные СМИ России:

- усилия в обеспечении общей и неде-
лимой безопасности;
- наращивание совместных усилий в об-
ласти борьбы с терроризмом и экстремиз-
мом;
- активизировать контакты между пра-
воохранительными органами и специаль-
ными службами;
- в вопросах укрепления мира и ста-
бильности в Африке;
- приложить все усилия для воспрепят-
ствования превращению космоса в арену
военной конфронтации.

Либеральные СМИ России:

Данное явление реальной действитель-
ности в медиатекстах либерально направ-
ленных СМИ России не представлено кол-
локациями идеологемы «безопасность».

СМИ Великобритании:

– *In a symbolic gesture, Moscow flew two
Tu-160 nuclear bombers to South
Africa as the summit opened* – «Во время от-
крытия саммита Москва символическим
жестом отправила два атомных бомбарди-
ровщика Ту-160 в Южную Африку»;

– *Central African Republic considers hosting
Russian military base* – «Центрально-Аф-
риканская Республика рассматривает воз-
можность размещения российской воен-
ной базы».

СМИ Греции:

– Η ρωσική παρέμβαση στη Συρία έχει
αποτελέσει μια τεράστια διαφήμιση της
ρωσικής “σκληρής ισχύος” και της συνέπειας
και αξιοπιστίας με την οποία υπερασπίζεται
η Μόσχα τους συμμάχους της – «Российская
интервенция в Сирии была мощной рекла-
мой российской “жесткой силы”, а также
последовательности и надежности, с кото-
рыми Москва защищает своих союзников»;

– κατά τη διάρκεια της Συνόδου στο Σότσι,
η Μόσχα έστειλε σε φιλική επίσκεψη στην

Νότια Αφρική δυο βομβαρδιστικά Tu-160 –
«во время саммита в Сочи Москва отпра-
вила с дружественным визитом в Южную
Африку два бомбардировщика Ту-160».

Таксономия коллокаций позволяет вы-
явить ценностные ориентации по двум
критериям, представляющим социальную
ценность: дипломатические отношения
и безопасность.

По первому критерию выявляется диа-
метрално противоположная ценностная
значимость, реализуемая проправитель-
ственными и либеральными медиатекста-
ми России.

Коллокации, использованные в первом
из названных видов медиатекстов, выявля-
ют в качестве ценностной категории поня-
тия «дружба», «укрепление отношений»,
«уважение суверенитета» государства –
партнера, которые отражают специфику
русского менталитета и, следовательно,
представляют медиадискурс России.

Коллокации либеральных СМИ России
и СМИ Великобритании в одинаковой
степени приравнивают дипломатические
отношения к понятию «доминирование
России», «борьба», «получение выго-
ды», т.е. выводят это понятие за пределы
ценностных категорий. Таким образом,
тексты либеральных СМИ не содержат
ценностных категорий, специфичных для
русского менталитета и, следовательно,
не являются медиадискурсом России,
но отражают аксиологическую иерархию
медиадискурса Великобритании, в соот-
ветствии с которой ценность дипломати-
ческих отношений заключается в форми-
ровании, извлечении выгоды.

Коллокации медиадискурса Греции сви-
детельствуют о том, что ценность дипло-
матических отношений приравнивается
к ценности «сотрудничество».

Отсутствие коллокаций, выражающих
ценность «безопасность», подчеркивает

справедливость сделанного выше вывода, согласно которому тексты либеральных СМИ России не репрезентируют национальные российские ценности, не имеют статуса медиадискурса России, который выражен коллокациями правительственных СМИ и соотносит безопасность с общечеловеческой и значимой ценностью.

Медиадискурс Великобритании, приравнивая безопасность к понятию «военная мощь», выявляет подмену в общественном сознании английской нации.

Коллокации, использованные в медиадискурсе Греции, свидетельствуют о ценности безопасности, которая в национальном менталитете соотносится с «надежной защитой союзников».

Проведенный анализ позволяет констатировать, что коллокации в политическом медиадискурсе, реализующие аксиологическую функцию, отражают идеологический компонент национального общественного сознания, который выражается во внешнеполитическом курсе государства.

Литература

1. Барт Р. Мифологии. М., 1966.
2. Гришаева Л.И., Цурикова Л.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М.: Академия, 2006. 352 с.
3. Добросклонская Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2006. № 2. С. 20–33.
4. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность массмедиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография. М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. 656 с.
5. Клушина Н.И. Интернациональные категории на материале публицистического текста: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2008. 62 с.
6. Кутина Н.А. Тоталитарные идеологемы и мифологемы на страницах районных газет Урала // Речевое общение: Вестник Российской риторической ассоциации / отв. ред. А.П. Сковородников. Красноярск, 2006. Вып. 8–9 (16–17). С. 81–89.
7. Мальшева Е.Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика. 2011. Вып. 4 (30). С. 32–41.
8. Нахимова Е.А. Идеологема «Сталин» в современной массовой коммуникации // Политическая лингвистика. 2011. Вып. 2 (36). С. 152–156.
9. Новая газета. 2019. 26 окт.
10. РИА Новости. 2019. 26 окт.
11. Российская газета. 2019. 24 окт. (№ 241 (7999)).
12. Серебренникова Е.Ф. и др. Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценностных смыслов. М.: Тезаурус, 2011. 352 с.
13. Financial Times. 2019. 26 окт.
14. Harris Z. Discourse Analyses // Language. 1952. Vol. 28, № 1. P. 1–30.
15. The Guardian. 2019. 25 окт.
16. Το Βήμα. 2019. 26 окт.
17. Ριζοσπάστης. 2019. 26 окт.

Literatura

1. Bart R. Mifologii. M., 1966.
2. Grishaeva L.I., Tsurikova L.V. Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoj kommunikatsii. M.: Akademiya, 2006. 352 s.

3. *Dobrosklonskaya T.G.* Mediadiskurs kak ob'ekt lingvistiki i mezhdkul'turnoj kommunikatsii // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika.* 2006. № 2. S. 20–33.
4. *Zheltukhina M.R.* Tropologicheskaya suggestivnost' massmedial'nogo diskursa: o probleme rechevogo vozdeystviya tropov v yazyke SMI: monografiya. M.: In-t yazykoznanija RAN; Volgograd: Izd-vo VF MUPK, 2003. 656 s.
5. *Klushina N.I.* Internatsional'nye kategorii na materiale publitsisticheskogo teksta: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. M., 2008. 62 s.
6. *Kupina N.A.* Totalitarnye ideologemy i mifologemy na stranitsakh rajonnykh gazet Urala // *Rechevoe obshchenie: Vestnik Rossijskoj ritoricheskoy assotsiatsii / otv. red. A.P. Skovorodnikov.* Krasnoyarsk, 2006. Vyp. 8–9 (16–17). S. 81–89.
7. *Malysheva E.G.* Ideologema kak lingvokognitivnyj fenomen: opredelenie i klassifikatsiya // *Politicheskaya lingvistika.* 2011. Vyp. 4 (30). S. 32–41.
8. *Nakhimova E.A.* Ideologema «Stalin» v sovremennoj massovoj kommunikatsii // *Politicheskaya lingvistika.* 2011. Vyp. 2 (36). S. 152–156.
9. *Novaya gazeta.* 2019. 26 okt.
10. *RIA Novosti.* 2019. 26 okt.
11. *Rossijskaya gazeta.* 2019. 24 okt. (№ 241 (7999)).
12. *Serebrennikova E.F. i dr.* Lingvistika i aksiologiya: etnosemiometriya tsennostnykh smyslov. M.: Tezaurus, 2011. 352 s.
13. *Financial Times.* 2019. 26 okt.
14. *Harris Z.* *Discourse Analyses // Language.* 1952. Vol. 28, № 1. P. 1–30.
15. *The Guardian.* 2019. 25 okt.
16. *Vima.* 2019. 26 okt.
17. *Rizospastis.* 2019. 26 okt.