

ВОЗМОЖНОСТИ ПАРТИЙ КАК СУБЪЕКТОВ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В УСЛОВИЯХ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

© С. Р. Парфенова

*Башкирский государственный университет
Россия, Республика Башкортостан, 450076 г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.**Тел.: +7 (347) 273 57 46.
Email: srpar50@yandex.ru*

В статье рассматривается политический дискурс как средство борьбы за власть в условиях предвыборной кампании, как система знаков и правил, как понятие в рамках коммуникативной лингвистики, позволяющее кандидатам в представительные органы получать голоса избирателей. Агональное общение, характерное для деятельности политических партий, занимает особое место в системе коммуникаций, в частности, в условиях политического дискурса. Манипулятивный инструмент перевода внимания слушателей с обсуждаемой темы к межличностным отношениям играет свою роль в завоевании эмоций аполитичной части электората, которая склонна к поверхностным суждениям и является носителем протестных настроений. Автор приходит к выводу, что анализ не программ, но политического дискурса представляется более эффективным инструментом анализа предпочтений избирателей.

Ключевые слова: политический дискурс, агональность, аполитичность, межпартийная дискуссия, состязательность, массовая коммуникация, предвыборная кампания.

Политический дискурс как коммуникативное общение институтов гражданского общества со своей системой знаков стал, по сути, профессиональным языком субъектов политического процесса [1]. Лингвисты рассматривают основные черты политического дискурса с точки зрения ориентирования не на личность, а на обладание собственным политическим профессиональным языком или коммуникативной лингвистикой. Однако полагаем, что политический дискурс все более актуальным становится в качестве предмета политологии в связи с анализом политических процессов в период избирательных кампаний и политологических проблем, связанных с развитием межпартийных дискуссий по особо важным вопросам развития общественных отношений по поводу внутренней и внешней политики страны. Общество диктуют свои правила и делает массовую коммуникацию одним из основных видов общения. Состязательность партий в процессе активных фаз партийной жизни, а именно в период избирательных кампаний, делает необходимым поиск наиболее эффективных инструментов воздействия на сознание электората. И таким инструментом в силу своих технических характеристик, специфики и популярности как вида СМИ является, безусловно, телевидение. Агональное общение, характерное для деятельности политических партий, занимает особое место в системе коммуникаций, в частности, в условиях политического дискурса. Продолжая тему политического дискурса необходимым представляется упомянуть о типах дискурсивной агональности, характерной для периода активного воздействия на электорат: дискуссионная и конфронтативная, редко игровая. При этом фактор персоналий, осуществляющих презентативные функции, имеет большое значение. «Агон представляет собой универсальное качество культуры, заключающееся в состязательности, вытекающей из потребности присваивать, сделать своим иное пространство» [2]. Так трактует понятие «агон» Н. К. Калашникова. При этом отмечается, что агональность не всегда является нетерпимой, т.е. конфликтной или агрессивной. На наш взгляд, атрактивным для электората являются события, связанные с неразрешенной конфронтативной дискуссионной агональностью под воздействием личности. Имеются в виду конфликтные ситуации, переходящие в агрессию, когда оппоненты позволяют себе некорректные действия по отношению друг к другу вследствие чего дальнейшее обсуждение проблем политического раз-

вия общества просто невозможно. Примером тому предвыборные дебаты 1995 г. В. Жириновского и Б. Немцова (тема дебатов – захват заложников в больнице Буденновска; эпатаж – взаимное поливание соком). Дебаты В. Жириновского и В. Брынцалова в период выборов президента России в 1996 г. также были эпатажными: произошел обмен часами и объятиями Жириновского и Брынцалова. Дебаты В. Матвиенко и А. Марковой в 2003 г. в период выборов губернатора Санкт-Петербурга запомнились избирателям эпизодом, когда Анна Маркова в момент дебатов бросила ведущему пачку жевательной резинки, заявив, что «иногда лучше жевать, чем говорить». Во время дебатов в 2006 г. Евгений Ройzman в период предвыборной кампании в Свердловскую областную думу набросился на Евгения Зяблицева с кулаками. М. Прохоров и Владимир Жириновский в 2012 г. в период выборной президентской кампании обменялись взаимными оскорблениями: Алла Пугачева назвала В. Жириновского клоуном, тот в ответ сравнил артистов с проститутками. Примеры иллюстрируют ситуацию, когда манипулятивный инструмент перевода внимания слушателей с обсуждаемой темы к межличностным отношениям играет свою роль в завоевании эмоций аполитичной части электората, которая склонна к поверхностным суждениям и является носителем протестных настроений. «Суть агональности состоит в борьбе, состязательности, нацеленности на достижение победы. Целью агонального дискурса является установление интеллектуального превосходства, достижение морального удовлетворения (в споре), установление психологического превосходства, доминирование в межличностных отношениях, победа на выборах, в игровом шоу или в судебном заседании, влекущие за собой материальный или статусный выигрыш» [3]. Понимание категории «агональность» необходимо для анализа процессов, влияющих на выбор избирателей, в условиях давления в момент наивысшего эмоционального напряжения в канун дня голосования и во время наблюдения за выступлениями лидеров или представителей лидеров политических партий, борющихся за наибольшее количество мест в представительном органе власти.

Политический дискурс трактуется исследователями как институциональное общение. Цель такого общения – борьба за власть, поэтому основным смыслом общения является обоснование этой борьбы и права не ее ведение, обоснование точки зрения [4]. Общественное предназначение политического дискурса, по

мнению В. З. Демьянкова, состоит в том, чтобы внушить адресатам – гражданам сообщества – необходимость «политически правильных» действий и оценок. Иначе говоря, «цель политического дискурса – не описать, а убедить, пробудив в адресате намерения, дать почву для убеждения и мотивировать. Важной особенностью политического дискурса является желание политиков-практиков завуалировать свои цели, используя номинализацию, эллипсис, метафоризацию, особую интонацию и другие приемы воздействия на сознание электората и оппонентов. Характерными признаками языка политики является смысловая неопределенность, фантомность (многие знаки политического языка не имеют реального денотата). Опора на подсознание, эзотеричность (подлинный смысл многих политических высказываний понятен только избранным), дистанцированность и театральность» [5]. Далее, исследователь М. В. Гаврилова отмечает, что политическая аргументация – это одновременно и форма проведения политики, это само по себе уже политическое действие, соединение политического и речевого действия. Данная специфика, на наш взгляд, и обуславливает претенциозность политических технологов, обслуживающих кандидатов в выборные органы разного уровня, играющих на психоэмоциональном фоне избирательной кампании и низкой политической культуре электората. Одинаковость программ кандидатов в Президенты Российской Федерации компенсируется их подачей и, в прямом смысле, их озвучивании в период предвыборной кампании или отказом от озвучивания. Напомним, что гражданин России, баллотировавшийся на выборы Президента Российской Федерации, мог представить свою кандидатуру в качестве самовыдвиженца, для чего необходимо было собрать группу поддержки из 500 человек и представить 200 тыс. подписей избирателей, либо кандидата от зарегистрированной политической партии. Если партия представлена в Государственной Думе текущего созыва, собирать подписи не требовалось. Таким образом, на выборах президента России в 2014 г. из 15 граждан России, представивших свои кандидатуры, было зарегистрировано 5 кандидатов: по одному от политических партий «Единая Россия», КПРФ, ЛДПР и «Справедливая Россия» и один самовыдвиженец [6]. Приведем в качестве примера сравнительный анализ программ кандидатов в Президенты России на выборах Президента России 4 марта 2012 г. с точки зрения экономики. Кандидатами в Президенты России являлись: Владимир Жириновский (ЛДПР), Геннадий Зюганов (КПРФ), Сергей Миронов («Справедливая Россия»), Михаил Прохоров (самовыдвиженец), Владимир Путин («Единая Россия»). Программы Геннадия Зюганова и Сергея Миронова условно можно отнести к либерально-консервативным. Это, прежде всего, национализация сырьевых и ряда других отраслей промышленности, восстановление планирования основных направлений финансовой, промышленной и сельскохозяйственной политики у Г. Зюганова. Восстановление государственных функций по программированию развития страны и усиление роли государственного заказа и государственных закупок у С. Миронова. А также введение прогрессивного подоходного налога, освобождение бедного населения от его уплаты у Г. Зюганова и введение прогрессивной шкалы подоходного налога, установление налога на роскошь, установление нижнего предела заработной платы у С. Миронова. В эту же группу отнесем программу В. Жириновского. Политик

намерен перевести все нефте- и газоперерабатывающие компании в форму народных предприятий, акционерами которых будут все граждане России. Природные богатства будут обогащать всех, а не кучку олигархов. Минимальный размер оплаты труда будет увеличен с 4 000 до 10 000 рублей. Уменьшено будет количество миллиардеров и мультимиллионеров в 20 раз. Доходы государства будут равномерно распределяться между его гражданами. Сельскохозяйственные земли будут сохранены в руках производителей продукции.

К разряду либерально-модернистских следует отнести программы В. Путина и М. Прохорова. М. Прохоров обещает повысить роль конкуренции в экономической жизни страны и снизить участие государства в экономике. Также М. Прохоров обещает борьбу с монополиями, снижение налогов на малый бизнес, упрощение налоговой и бухгалтерской отчетности, установление порядка, при котором не менее 50% от суммы расходов при осуществлении государственных закупок будет направляться на приобретение товаров и услуг российского производства. В. Путин намерен стимулировать частную инициативу через доступные кредиты, снизить процентные ставки за счет снижения инфляции и развитие национального финансового рынка. Государство, гарантирует В. Путин, будет стимулировать экспорт сырьевых товаров более глубокой степени переработки (нефтегазовая и химическая отрасли, черная и цветная металлургия, деревообработка и др.), продукции машиностроения и других высокотехнологичных отраслей. Государство будет помогать бизнесу получить доступ к современным технологиям [7]. При практически одинаковых концептах действительно сложно вести дебаты, убеждая избирателя в исключительном подходе к решению социально-экономических проблем, то есть, вести борьбу за власть в формате политических дискуссий. В этих условиях политический агональный дискурс является единственным возможным вариантом представить свою особость. Анализ не программ, но политического дискурса представляется более эффективным инструментом рассмотрения предпочтений избирателей, а значит, и их политического равнодушия, базирующихся на эмоциях, а не осознанном выборе, основанном на политическом рационализме. Так или иначе, утром 5 марта 2012 г. Центральная избирательная комиссия России обработала 99% поданных голосов и зафиксировала следующие итоги выборов [8]: Владимир Путин – 63.82%; Геннадий Зюганов – 17.18%; Владимир Жириновский – 6.23%; Сергей Миронов – 3.82%; Михаил Прохоров – 7.77%.

ЛИТЕРАТУРА

1. Язык и наука конца XX века. Сб. статей. М.: РГГУ, 1995. С. 35–73.
2. Калашникова Н. К. Атональные основы культуры донского казачества: дис. ... канд. филос. наук. Ростов н/Д., 2005. 32 с.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 281 с.
4. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политической филологии. 2002. URL: <http://www.gumer.info/bibliothekBuks/linguist/Article/DemPolDisk.php-52k>
5. Гаврилова М. В. Лингвистический анализ политического дискурса. 2002. URL: <http://www.polytanalysis.narod.ru/gavrilova3.html-60k>
6. URL: <http://cyclowiki.org/wiki/%D0%92%D1%8B%...> (2012) запрос 21.06.2015.
7. URL: <mhtml:file://C:\Users\Апельсин\Desktop\Сравнение программ кандидатов в Президенты. Запрос 13.02.2012>
8. URL: <http://cyclowiki.org/wiki/%D0%92%D1%8B%D0%B1> (2012) запрос 21.06.2015.

Поступила в редакцию 22.06.2015 г.

FEATURES PARTIES AS SUBJECTS OF POLITICAL ACTIVITY IN CONDITIONS OF POLITICAL DISCOURSE

© S. R. Parfenova

Bashkir State University

32 Zaki Validi St., 450076 Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia.

Phone. + 7 (347) 273 57 46.

Email: srpar50@yandex.ru

In the article, the author discusses the political discourse as a means of struggle for power in the midst of the election campaign, as a system of signs and rules as communicative Linguistics allowing candidates to representative bodies seek votes. Agonistic communication that is so typical for the activities of political parties holds a special place in the system of communication, in particular in the context of political discourse. Manipulative tool of attraction attention of listeners to interpersonal relations instead of discussed topic plays a role in the conquest of emotions of apolitical part of the electorate, which is prone to superficial judgments and is a carrier of protest moods. Author concludes that not analysis of programs, but of political discourse seems to be a more effective tool for analysis of the preferences of voters.

Keywords: *political discourse, agonistic, apolitical, bipartisan debate competition, mass communication, election campaign.*

Published in Russian. Do not hesitate to contact us at bulletin_bsu@mail.ru if you need translation of the article.

REFERENCES

1. Yazyk i nauka kontsa XX veka. Sb. Statei [Language and science of the late 20th century. Collection of articles]. Moscow: RGGU, 1995. Pp. 35–73.
2. Kalashnikova N. K. Atonal'nye osnovy kul'tury donskogo kazachestva: dis. ...kand. filos. nauk. Rostov n/D., 2005.
3. Karasik V. I. Yazykovoï krug: lichnost', kontsepty, diskurs [Language circle: personality, concepts, discourse]. Moscow: Gnozis, 2004.
4. Dem'yankov V. Z. Politicheskii diskurs kak predmet politologicheskoi filologii. 2002. URL: <http://www.gumer.info/bibliothekBuks/linguist/Article/DemPolDisk.php-52k>
5. Gavrilova M. V. Lingvisticheskii analiz politicheskogo diskursa. 2002. URL: <http://www.polyanalysis.narod.ru/gavrilova3.html-60k>
6. URL: <http://cyclowiki.org/wiki/%D0%92%D1%8B%...> (2012) zapros 21. 06. 2015.
7. URL: <Mhtml:file://S:\Users\Apel'sin\Desktop\ Sravnenie programm kandidatov v Prezidenty. Zapros 13.02.2012>.
8. URL: <http://cyclowiki.org/wiki/%D0%92%D1%8B%D0%B1> (2012) zapros 21.06.2015.

Received 22.06.2015.