Наталья Станиславовна ДАНКОВА

ОСВЕЩЕНИЕ ПЕНСИОННОЙ РЕФОРМЫ В СМИ: СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Статья посвящена исследованию прагмалингвистических средств, используемых российскими журналистами для освещения пенсионной реформы. Предлагается обзор работ, исследующих категории стратегии и тактики, особое внимание уделяется политическому и медийному дискурсу. Автор рассматривает стратегии СМИ, используемые для освещения пенсионной реформы: оценку и прогнозирование. В рамках обозначенных стратегий выделяются основные тактики и проводится анализ языковых средств их реализации. Отмечается, что выбор стратегий обусловлен идеологической направленностью печатных изданий. Статья способствует пониманию дискурсивных механизмов СМИ, определяющих тенденции восприятия пенсионной реформы.

Ключевые слова: *стратегия, тактика, пенсионная реформа, СМИ.*

Natalia S. DANKOVA

COVERAGE OF PENSION REFORM IN MASS MEDIA: STRATEGIES AND TACTICS OF SPEECH INFLUENCE

The present study is devoted to pragmalinguistic means used by journalists to cover pension reform. The paper offers a literature review focusing on the categories of strategy and tactics, much attention is paid to political and mass media discourse. The author examines mass media strategies used to cover pension reform, such as evaluation and forecasting. Within the identified strategies principal tactics are determined and the analysis of linguistic means of their realization is performed. It is claimed that the choice of the strategies is determined by the ideological orientation of newspapers. The article promotes deeper understanding of mass media discursive mechanisms that influence public opinion of the reform.

Key words*: strategy, tactics, pension reform, mass media*

1. Введение

Реформа, направленная на повышение пенсионного возраста, является на сегодняшний день одной из самых широко обсуждаемых как представителями власти, так и простыми гражданами нашей страны. Представляется, что освещение данной реформы в СМИ заслуживает внимания, поскольку дискурс СМИ является одним из наиболее эффективных способов воздействия на адресата.

Объектом исследования являются стратегии и тактики СМИ, применяемые журналистами для достижения необходимых перлокутивных эффектов.

Актуальность работы обусловлена как выбором непосредственно темы обсуждения, представляющей особый интерес для российских граждан, так и лингвистическими факторами. Актуальность исследования с позиции лингвистики определяется тем, что оно соответствует общей направленности современного языкознания на изучение прагматического аспекта речи. *Ценность* настоящей работы заключается в выявлении дискурсивного инструментария СМИ, направленного на формирование общественного мнения о пенсионной реформе.

Материалом для исследования послужили статьи, посвященные обсуждению пенсионной реформы, опубликованные в разноплановых печатных изданиях России: правительственной «Российской газете» (далее

– РГ), оппозиционной «Новой газете» (далее – НГ) и «Комсомольской правде» (далее – КП), которая рассчитана на массового читателя. Статьи отбирались из электронных архивов печатных изданий по ключевой фразе «повышение пенсионного возраста». Общий объем публикаций составляет 60 статей.

Методология исследования основана на традициях критического анализа дискурса.

2. Стратегии и тактики: теоретические основы исследования

Понятия стратегии и тактики широко изучены отечественными и зарубежными лингвистами. Наиболее общее определение термина «стратегия» предлагается в работе западных исследователей, подразумевающих под стратегией «более или менее точный план действий (включая дискурсивные действия) с большей или меньшей степенью намерения, принятый для достижения конкретной социальной, политической, психологической или лингвистической цели» (Reisigl, Wodak 2001: 44). В отечественной лингвистике О.Л. Михалева также отмечает тот факт, что коммуникативное поведение обусловлено планированием, и рассматривает стратегию как «план оптимальной реализации коммуникативных намерений» (Михалева 2009: 45). При определении понятия «стратегии» О.С. Иссерс и О.Н. Паршина делают акцент на таком компоненте, как достижение цели коммуникации. Так, О.Н. Паршина понимает стратегию «как определенную направленность речевого поведения в данной ситуации в интересах достижения цели коммуникации» (Паршина 2005: 7). Исследователи утверждают, что стратегия реализуется набором тактик, которые служат средством достижения коммуникативной цели говорящего (Паршина 2005; Иссерс 2008; Михалева 2009). Вслед за О.Л. Михалевой, под тактикой будем понимать «конкретный этап реализации коммуникативной стратегии, определяемый интенцией говорящего, эксплицированной совокупностью приемов, обусловливающих применение языковых средств» (Михалева 2009: 45).

Категории стратегии и тактики являются предметом исследования политического дискурса (Паршина 2005; Михалева 2009). Поскольку СМИ служат средством ретрансляции политического дискурса (Шейгал 2004), работы О.Н. Паршиной и О.Л. Михалевой послужили основой для настоящего исследования.

Категории стратегии и тактики входят в методологический инструментарий исследователей медийного дискурса. Так, проанализированы стратегии и тактики англоязычных СМИ, используемые для создания образа России (Федорова и др. 2016), а также образа российской власти (Харламова 2014), исследованы медийные стратегии конструирования инаковости в российских СМИ на примере репрезентации мигрантов (Маркина 2015), изучены стратегии дискурса международных отношений в российских печатных СМИ (Дубровская 2018), описаны стратегии репрезентации судебной власти в российских медиа (Дубровская, Данкова 2015; Данкова, Дубровская 2016) и т.д.

Анализируя дискурс СМИ, исследователи указывают на манипулятивный характер медийных стратегий и тактик, в результате использования которых создаются регулятивные дискурсы,

конструирующие лояльность или, наоборот, оппозиционность аудитории (Голев, Яковлева 2011: 203). Отмечается, что идеологическая направленность, которая характеризует издательства газет, поддерживающих разные политические силы, накладывает отпечаток на способ репрезентации событий в СМИ. В этой связи В.И. Коньков пишет: «Функциональное предназначение СМИ заключается не столько в информировании аудитории, сколько в воздействии на эту аудиторию в направлении, нужном для той идеологической системы, которой принадлежит то или иное издание» (Коньков 2009: 17).

3. Результаты

Анализ языкового материала позволил выделить медийные стратегии, способные потенциально воздействовать на восприятие пенсионной реформы, такие как оценка и прогнозирование. Данные стратегии обладают свойством прагматической двойственности, то есть используются для создания как положительных репрезентаций, так и отрицательных. Выделенные стратегии реализуются посредством набора тактик. Следует отметить, что стратегии и тактики СМИ тесно взаимосвязаны и часто дополняют друг друга.

3.2. Стратегия оценки

Стратегия оценки состоит в приписывании положительных либо отрицательных характеристик объекту репрезентации (Reisigl, Wodak 2001: 45). Данная стратегия в ее положительном варианте реализуется посредством следующих тактик: эксплицитное указание на положительные характеристики, ссылка на авторитетное мнение, отвод критики (Михалева 2002), убеждение.

Следующий пример иллюстрирует *тактику эксплицитного указания на положительные характеристики*, реализуемую посредством лексики с положительной семантикой (*плюсов, эффективный шаг*):

5 плюсов грядущего повышения пенсионного возраста (КП 30.08.2018).

Одним словом, повышение пенсионного возраста - это хотя и непопулярный, но эффективный шаг <…> (РГ 15.08.2018).

При освещении пенсионной реформы в СМИ журналисты обращаются к высказываниям специалистов, которые актуализируют *тактику ссылки на авторитетное мнение*. Так, следующая цитата указывает на то, что данная реформа пойдет на благо человека:

А Морозова пояснила: «Доказана роль социального окружения в сохранении когнитивных функций человека. Социальные связи, общение замедляют старение мозга» (РГ 22.07.2018).

Для указания на неизбежность пенсионной реформы используется *тактика отвода критики*, которая позволяет сделать вывод об отсутствии иного выхода:

По словам министра труда Максима Топилина, альтернативы этим решениям нет (РГ 21.08.2018).

Тактика убеждения задействована при перечислении аргументов в пользу целесообразности данной реформы:

Он подчеркнул, что изменения в пенсионное законодательство продиктованы осознанием ответственности перед старшим поколением (РГ 20.08.2018).

Главные аргументы властей – продолжительность жизни в стране увеличивается (КП 19.07.2018).

Стратегия оценки в ее отрицательном варианте характеризуется использованием следующих тактик: эксплицитное указание на отрицательные характеристики, акцентирование отрицательной информации, осуждение, предъявление требований, иронизирование, обличение, дискредитация власти.

Тактика эксплицитного указания на отрицательные характеристики используется с целью критики проводимой реформы. Так, в следующем примере пенсионная реформа получает отрицательную номинацию (*изъятие денег*):

«Новая» в последних публикациях по теме активно протестовала против такого термина: никакая это не реформа, а просто изъятие денег у граждан (НГ 18.07.2018).

Тактика акцентирования отрицательной информации, актуализируемая усилительными частицами (*ни…ни*), представлена в следующем фрагменте, создающем образ беспомощного человека предпенсионного возраста, не способного удовлетворить свои первичные потребности:

Что, конечно, при сокращающемся рынке труда превратит этих людей в 58-летних безработных, которые не смогут ни купить себе еды, ни платить за квартиру (НГ 28.07.2018).

Данная тактика реализуется также посредством указания на масштабы протеста против проведения реформы:

Подавляющее большинство россиян (92%) выступают против повышения пенсионного возраста в стране (КП 14.06.2018).

Тактика осуждения представлена в следующих заголовках, причем в обоих примерах осуждение выражено имплицитно (в первом случае – посредством указания на правильное действие как альтернативу неправильному, во втором – с помощью вопроса):

«Повышать надо зарплаты, а не возраст» (КП 05.07.2018).

«Вова, Дима, ну, вы че?» (НГ 28.07.2018)

Как представляется, неформальное обращение к представителям власти, а также разговорное слово *че,* создают эффект живого диалога и указывают на то, что президент и премьер-министр являются обычными людьми, способными проникнуться чувствами граждан.

Помимо журналистских текстов, СМИ содержат фотографии людей, митингующих против повышения пенсионного возраста, которые также реализуют стратегию оценки. Одной из тактик, представленной на плакатах граждан, является *тактика предъявления требований*:

Нет пенсионному геноциду (НГ 28.07.2018).

Долой медвежьи правительство и думу! (НГ 28.07.2018)

Следующий фрагмент дискурса иллюстрируют *тактику иронизирования*, которая актуализируется посредством повелительного наклонения глагола:

Помоги государству. Умри до пенсии (КП 28.07.2018).

Публикация под заголовком «Старость в радость», содержащим аллюзию к прецедентному тексту, характеризуется иронической тональностью, которая выражает насмешку автора:

И все радости этой жизни доступны людям «серебряного возраста»: хочешь — собственное дело открывай, хочешь — путешествуй, танцуй до упаду, а хочешь и вовсе рожай (НГ 20.07.2018).

Тактика обличения нацелена на разоблачение лицемерия и создается саркастическим описанием действий сторонников реформирования:

В программе «Время» уже придумали элегантное определение того, что до сей поры называлось старостью: «серебряный возраст». А сама тема повышения пенсионного возраста подается с задором и энтузиазмом <…> (НГ 20.07.2018).

Освещение пенсионной реформы тесно связано с репрезентацией власти, и одной из тактик, реализующих стратегию оценки, является *тактика дискредитации власти*, которая инициировала проведение данной реформы. Так, в следующем примере тактика дискредитации власти конструируется образными языковыми средствами:

После окончания шествия портреты единороссов сложили в картонный ящик с надписью «помойное ведро» (НГ 27.08.2018).

3.2. Стратегия прогнозирования

Прогнозирование в СМИ представляет собой опережающую репрезентацию действительности (Данкова, Дубровская 2016: 92), которая связана с проведением пенсионной реформы. Стратегия положительного прогнозирования реализуется посредством следующих тактик: эксплицитное указание на положительные изменения в будущем, моделирование условной ситуации, обещание.

В следующем примере представлена *тактика эксплицитного указания на положительные изменения*, которая конструируется лексикой с положительной семантикой (*обгонят*), а также использованием будущего времени:

Пенсии обгонят инфляцию за счет изменения пенсионного возраста (РГ 15.08.2018).

Тактика моделирования условной ситуации используется для создания репрезентаций смоделированных событиях, которые будут иметь место, при условии, если реформа не будет проведена сейчас. Данная тактика актуализируется лексикой с отрицательной семантикой (*грозить, катастрофой, разбалансированность*), а также средствами выражения эпистемической модальности и придаточными условными предложениями:

Совокупность всех этих факторов может грозить социальной катастрофой (КП 09.07.2018).

«Если это решение не принять сейчас, то через десять лет мы будем иметь еще большую разбалансированность», – сказал глава Минтруда (РГ 21.08.2018).

Тактика обещания, используемая в рамках стратегии прогнозирования, служит для указания на то, что правительство примет меры для обеспечения социальной защиты людей предпенсионного возраста:

«Нужно обеспечение системы мер, направленных на защиту граждан предпенсионного возраста», – заявила Валентина Матвиенко и пообещала, что законодатели подключатся к этой работе (РГ 29.08.2018).

Стратегия отрицательного прогнозирования реализуется тактикой эксплицитного указания на отрицательные изменения в будущем и тактикой отрицательного моделирования.

Следующий пример демонстрирует социальные последствия реформирования посредством использования *тактики эксплицитного указания на отрицательные изменения*. Данная тактика реализуется главным образом лексикой с отрицательной семантикой (*минус*, *мешать*) и будущем временем глагола:

Представитель работающей молодежи Борис Дианов отметил, что главный минус реформы в том, что она будет мешать карьере молодых (КП 28.07.2018).

Тактика отрицательного моделирования ситуации, представленная в следующем фрагменте, характеризуется категоричностью высказываний относительно будущих изменений:

А имеет отношение простой вопрос: куда пойдут те триллионы, которые казна сэкономит на тех, кто отныне не доживет до пенсии? Ответ тривиальный: они будут украдены (НГ 18.07.2018).

Подобные репрезентации содержат голословные утверждения и не сопровождаются необходимой аргументацией в пользу справедливости данного высказывания.

4. Заключение

Проведенное исследование выявило, что при освещении пенсионной реформы печатные издания создают определенные типы репрезентаций в зависимости от поставленных задач. Использование стратегий с положительной аксиологической нагрузкой характерно для правительственной «РГ» и обусловлено идеологической направленностью редакции, в задачи которой входит создание дискурсов, конструирующих лояльное отношение граждан к пенсионной реформе. В оппозиционной «НГ», напротив, превалируют стратегии с отрицательной аксиологической направленностью, которые нацелены на создание дискурсов, конструирующих оппозиционный настрой у читателей. В газете «КП» стратегии используется как в их положительном варианте, так и в отрицательном. Такой подход к репрезентации можно объяснить форматом газеты: «КП» рассчитана на массового читателя, не имеющего непосредственного отношения к политике, редакция газеты делает акцент на развлекательный контент и характеризуется непредвзятостью в освещении политических событий.

Список литературы:

Голев Н.Д., Яковлева О.Е. Манипулятивные стратегии и тактики СМИ (на примере телевизионного проекта «Имя Россия») // Юрислингвистика. 2011. №1 (11). С 202 – 213.

Данкова Н.С., Дубровская Т.В. Стратегия прогнозирования как средство репрезентации судебной власти в СМИ (на материале российских и английских

газет) // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2016. №21 (242). С 90 – 97.

Дубровская Т.В. Стратегии дискурса международных отношений в российских печатных СМИ (на примере российско-итальянских отношений) // Язык. Право. Общество: сб. ст. II Межд. науч.-практ. конф. / Под общ. ред. О.В. Барабаш. Пенза. 2018. С. 358–362.

Дубровская Т.В., Данкова Н.С. Стратегии репрезентации судебной власти в российских медиа // Дискурсы власти / Под ред. Н.А. Меркурьевой, А.В. Овсянникова, А.Г. Пастухова. Орел, 2015, С. 270–289.

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики устной речи. М., 2008.

Коньков В.И. Стилистические явления в речевой практике СМИ // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2009. Вып. 6. С. 14–18.

Маркина В.М. Стратегии репрезентации Других в СМИ: теория и методология контент-анализа // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2015. №1 (29). С. 82–89.

Михалева О.Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия. М., 2009.

Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: автореф. дисс. … докт. филол. наук. Саратов, 2005.

Федорова К.И., Сабурова Н.В, Николаева С.В. Реализация речевой агрессии: стратегия дискредитации и стратегия манипулирования в англоязычных СМИ // Вестник СВФУ. 2016. №5 (55). С 154–166.

Харламова Т.В. Конструирование образа российской власти в зарубежных СМИ // Язык. Право. Общество: сб. ст. II Межд.. науч.-практ. конф. / Под ред. О.В. Барабаш, Т.В. Дубровской, Г.И. Канакиной. Пенза. 2014. С. 397–403.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса М., 2004.

Reisigl M., Wodak R. Discourse and Discrimination: Rhetoric of Racism and Anti-Semitism. London, 2001.

Данкова Наталья Станиславовна – старший преподаватель кафедры «Английский язык» Пензенского государственного университета (г. Пенза), n.s.dankova@mail.ru