

УДК 81'373.46

Казюлина М.А.

Московский педагогический государственный университет

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЛЕКСЕМЫ POWER КАК ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕРМИНА В ПЕЧАТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

M. Kazyulina

Moscow State Pedagogical University

FUNCTIONING FEATURES OF THE WORD POWER AS A POLITICAL TERM USED IN A NEWSPAPER MEDIATEXT

Аннотация. Настоящая статья посвящена особенностям функционирования консубстанциональных терминов в политическом медиадискурсе на примере полисемичной лексемы power. Автор статьи выделяет основные семы этой единицы при помощи дефиниционного анализа. По результатам исследования употребления лексемы power в газетном материале выделяются ее морфологические и синтаксические признаки, на основании которых автор приходит к выводу, что в политическом медиадискурсе анализируемая лексема не только реализует четыре значения консубстанционального полисемичного термина, но и представляет собой четыре омонимичных термина.

Ключевые слова: ЯСЦ, медиатекст, политический дискурс, терминология, политический термин, консубстанциональный термин, омонимичный термин.

Abstract. The article is concerned with functioning features of consubstantive terms used in a political media discourse. The author of the article coins the main semes of this unit with the help of the analysis of its definitions. The survey of the usage of the polysemantic word 'power' in newspaper material reveals its morphological and syntactic features which makes it possible to come to a conclusion that the unit under analysis not only realizes four semes of the consubstantive term, but also represents four homonymous terms.

Key words: LSP, mediatext, political discourse, terminology, a political term, a consubstantive term, a homonymous term.

Исследование политического дискурса – одно из активно развивающихся направлений в современной науке. К нему обращаются представители разных областей научного знания, так как «борьба за власть является основной темой и движущим мотивом этой сферы общения» [5, 5].

Н.Д. Арутюнова определяет дискурс как «речь, погружённую в жизнь» и предлагает изучать не дискурс сам по себе, а ту «форму», в которой он «зафиксирован» (репортаж, интервью, экзаменационный диалог, инструктаж, светская беседа и пр.) [1, 137].

Наиболее популярным источником текстов политического дискурса являются СМИ, и в первую очередь печатные СМИ, т. к. печатный материал доступен и удобен для лингвистического описания, а газета – старейшее средство массовой информации. Научное направление, в рамках которого изучаются тексты и язык СМИ, оформилось к концу XX в. и получило название «медиалингвистика». Среди самых известных западных исследователей медиалингвистики можно назвать Теуна ван Дейк, Мартина Монтгомери, Алана Белла, Нормана Фейерклафа, Роберта Фаулера и др. В России в развитие и становление медиалингвистики как науки внесли вклад такие ученые, как С.И. Бернштейн, А.Н. Васильева, В.Г. Костомаров, Б.В. Кривенко, И.П. Лысакова, Ю.В. Рождественский, Г.Я. Солганик, С.И. Трескова, Д.Н. Шмелев.

© Казюлина М.А., 2011.

Базовой категорией медиалингвистики стало понятие медиатекста, концепция которого наиболее полно в российском языкознании впервые была сформулирована в исследованиях Т.Г. Добросклонской (2000, 2005). Под медиатекстами понимаются тексты массовой информации, т. к. они приобретают «черты объемности и многослойности ... за счет совмещения вербальной части текста с медийными свойствами того или иного средства массовой информации» [3, 52].

Согласно концепции, предложенной Т.Г. Добросклонской, выделяются четыре типа медиатекста: новостные, информационно-аналитические (комментарий), публицистические (*features*) тексты и реклама. Данные тексты различны не только по топику (теме), но и по объему и функциям [3, 79].

Так, новостные тексты отличаются высокой степенью клишированности, что предполагает их «обезличенность», нейтральность и позволяет им реализовывать информативную функцию СМИ. Многие ученые (Т. ван Дейк, В.В. Варченко, Т.Г. Добросклонская) называют его базовым текстом в формировании содержания и структуры современного информационного пространства.

В отличие от новостей, информационно-аналитические тексты (комментарии) реализуют интерпретационную или идеологическую функции. Подобные медиатексты анализируют, комментируют, исследуют и истолковывают происходящие события и процессы. Их задача – анализ актуальных общественно значимых процессов, объяснение причинно-следственных связей между ними.

Медиатексты, относящиеся к группе «*features*» (публицистические тексты), – довольно развернутые статьи (от 400 до 2000 слов) с различным предметом отображения (от бизнеса и политики до спорта и шоу-бизнеса). От новостных текстов, которые информируют читателя, предоставляя стилистически нейтральную фактическую информацию, они отличаются тем, что реализуют рекреативную (развлекательную) функцию СМИ.

При прочтении политического медиатекста реципиент оказывается вовлеченным в

социальное пространство, в котором главенствующее место занимает политический дискурс и обслуживающий его язык. Изучение политического языка связано с решением проблемы его терминологичности, т. к. несмотря на сферу употребления – СМИ – политический дискурс все же является профессиональным, а язык, его обслуживающий, – языком для специальных целей (ЯСЦ). Однако политическая коммуникация опосредована СМИ, «вследствие чего язык политики оказывается лишенным свойства корпоративности, присущего любому специальному языку» [5, 21]. Иными словами, язык политики должен быть понятен широкому кругу читателей и не должен содержать сложные для понимания узкопрофессиональные термины.

По мнению В.М. Лейчика, термин – это слово естественного языка, выступающее в особой функции. Именно поэтому «одна и та же лексическая единица может существовать в языке и как термин, и как нетермин» [4, 27-29]. Подобные единицы вызывают ряд трудностей при выделении терминологической лексики из словарного состава языка, поскольку используются как в профессиональной, так и в обыденной речи. По классификации С.В. Гринева-Гриневиича, они относятся к **консубстанциональным** терминам [2, 25]. Проиллюстрировать особенности употребления подобных единиц в газетном материале можно на примере лексемы **power** как часто встречаемого в медиадискурсе политического термина.

Анализ четырех англо-английских словарей общей лексики показал, что эта лексема имеет несколько основных значений, реализуемых в политическом дискурсе. Общие значения *strength*, *effectiveness* (сила, способность) и *energy*, *electricity* (энергия, электричество), а также узкоспециальные дефиниции, такие, как математический или физический термины («степень» и «увеличительная мощность линз» соответственно), в данной статье не рассматриваются.

Так, словарь **Concise Oxford English Dictionary** (2008) – предлагает 4 значения:

1) the capacity to influence the behavior of others, the emotions, or the course of events;

2) political authority or control;

3) a right or authority given or delegated to a person or body;

4) a country viewed in terms of its international influence and military strength,

Longman Dictionary of Contemporary English (2006) – 5 значений:

1) the ability or right to control people or events;

2) the position of having political control of a country or government;

3) the right or authority to do something;

4) the number of planes or ships that a country has available to use in a war;

5) a country that is strong and important and can influence events, or that has a lot of military strength,

Macmillan English Dictionary for Advanced Learners (2007) – 4 значения:

1) the ability to influence or control what people do or think;

2) political control of a country or government;

3) official or legal authority to do something;

4) a country that is able to influence other countries because of its economic or military strength.

Oxford Advanced Learner's Dictionary of current English (1995) – 4 значения:

1) control over others;

2) political control, rule;

3) a right possessed by or given to a person or group; authority;

4) a person, group or state with great authority or influence.

Таким образом, как видно из дефиниционного описания, у лексемы **power** обнаружены четыре основные семы, или, по терминологии В.Г. Гака, архисемы:

1) *control* – the ability or right to control people or events;

2) *political control* – the position of having political control of a country or government;

3) the *right or authority* to do something;

4) *a strong country*.

Для настоящей статьи было отобрано 300 случаев употребления лексемы **power** в

текстах статей журнала **The Economist**. Материалом послужили новостные и информационно-аналитические медиатексты, относящиеся к теме «политика».

Исследование показало, что в политическом медиадискурсе лексемой **power** реализуются четыре указанные архисемы:

1) *control* – Given the voracious demand for drugs north of the border and **the power** of the trafficking gangs, the bill might not fulfil its aims [10, 59]. – Законопроект, благодаря которому к северу от границы возник ненасытный спрос на наркотики, а у наркоторговцев – **контроль** над перевозкой, возможно, не сможет достичь своих целей (*перевод наш - М.К.*).

2) *political control* – The political landscape in Myanmar is also altered, even if the first election for 20 years, held on November 7th, were designed to strengthen the **grip on power** of the ruling junta, whose party has claimed a massive victory [13, 71]. – Расстановка политических сил в Мьянме также изменилась, даже если первые за последние 20 лет выборы, состоявшиеся 7 ноября, были проведены только для укрепления **власти** военного правительства, которое уже объявило о грандиозной победе (*перевод наш - М.К.*).

3) the *right or authority* – Mr Correa means to deliver it by summoning a constituent assembly “with full **powers**” to sweep away the “dictatorship of the parties” [11, 57]. – Г-н Кори предполагает осуществить это, созвав законное собрание, «облеченное всеми **полномочиями**», чтобы покончить с «партийной диктатурой» (*перевод наш - М.К.*).

4) *a strong country* – Russia corroborated the claim, and other regional **powers** monitored an underground explosion consistent with it [11, 8]. – Россия подтвердила данное заявление, а остальные **державы**, расположенные в данном регионе, проконтролировали упомянутый подземный взрыв (*перевод наш - М.К.*).

Тем не менее в политических медиатекстах терминологическое значение лексемы **power** не всегда явствует из контекста, что можно проиллюстрировать следующими примерами, где в скобках даны предположительные

значения *power*, а корректный перевод невозможен без привлечения более полного контекста:

– Information is *power*, or so the coalition government believes when it comes to improving the public services (*control* или *political control*) [13, 36]. – Информация – это *власть*, или коалиционное правительство так думает, когда дело доходит до коммунальных услуг (*перевод наш* - М.К.).

– They are acutely aware of American sensitivity to any talk suggesting the emergence of a rival *power* and ideology – and conflict with America could wreck China's economic growth (*political control* или *a strong country*) [12, 59-60]. – Они превосходно осведомлены о щепетильном отношении США к любым переговорам, предполагающим появление соперничающей *власти/страны* и ее идеологии, а конфликт с США сможет разрушить экономический рост Китая (*перевод наш* - М.К.).

Кроме того, результаты исследования позволяют предположить, что в газетном материале анализируемая лексема реализует не четыре значения *консубстанционального* полисемичного термина, а представляет собой четыре *омонимичных термина*. Данный вывод основан не только на контекстном (явном или неявном) значении *power*, но и на морфологических и синтаксических признаках.

Так, лексема *power* употребляется в значении *right, authority* всегда во множественном числе и в клишированных выражениях: *gain more powers, give more powers, use powers, with full powers* и др.;

– в значении *a strong country* – как в единственном, так и во множественном значении, при этом достаточно часто образует сложное слово *superpower* и сочетается с разными атрибутами: *an alternative superpower, a nuclear power, regional powers, Western powers* и др.;

– в значениях *control* и *political control* – всегда в единственном числе, а в глагольных сочетаниях чаще, чем в атрибутивных (*to grab power, to monopolize power, to oust from power, to stay in power* и др.); тем не менее, эти значения не всегда различимы в контекс-

те, из-за чего довольно часто употребляется уточнение – *political power*.

Таким образом, как видно из иллюстрации употребления *консубстанционального* термина *power* в политическом медиадискурсе, подобные единицы действительно вызывают ряд трудностей при выделении терминологической лексики из словарного состава языка. Результаты проведенного исследования позволяют предположить, что для дальнейшего изучения функционирования политической терминологии в медиатексте наибольший интерес представляют *консубстанциональные* термины, такие, как *power*, в силу их недостаточной изученности. В дальнейшем предполагается детальный анализ значений лексемы *power* для подтверждения гипотезы о функционировании данной лексемы как элемента общеупотребительной лексики и как специальной единицы политической терминосистемы.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энцикл., 1990. С. 136-137.
2. Гринев-Гриневиц С.В. Терминоведение: учеб. пособие. М.: Издательский центр «Академия», 2008. 304 с.
3. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь). М.: Флинта : Наука, 2008. 264 с.
4. Лейчик В.М. Терминоведение. Предмет, методы, структура. Изд. 3-е. М.: Издательство ЛКИ, 2007. 256 с.
5. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. 326 с.
6. Concise Oxford English Dictionary. Oxford University Press, 2008.
7. English Dictionary for Advanced Learners. Macmillan, 2007. 1748 p.
8. Longman Dictionary of Contemporary English. Pearson Education Limited, 2006. 1950 p.
9. Oxford Advanced Learner's Dictionary of current English. Oxford university press, 1995. 1430 p.
10. The Economist, May 6th-12th. 2006. 106 p.
11. The Economist, October 14th-20th. 2006. 110 p.
12. The Economist, May 8th-14h. 2010. 98 p.
13. The Economist, November 20th-26th. 2010. 114 p.