

ТОТАЛИТАРИЗМ И ТОТАЛИТАРНОЕ СОЗНАНИЕ



15
ВЫПУСК

Майск 2017

БК 66.0

УДК 32

Т 63

Тоталитаризм и тоталитарное сознание: статьи по материалам 18 региональной ежегодной науч.-практ. конф., 29 апреля 2017 г. /Под ред. В.С. Шутова – Томск, 2017. 240 с. Издательство «Кит», Томск, 2017.

ISBN 5-87307-083-0

Опубликованы статьи на основе докладов, представленных на конференции, состоявшейся 29 апреля 2017 г. при поддержке философского факультета Национального исследовательского Томского государственного университета, Томского отделения РАПН, Томского регионального отделения Российского общества политологов, а также томских ученых, аспирантов и студентов.

Рассмотрены проблемы политического сознания и идеологии, демократического транзита, политической модернизации, эволюции российской политической системы, коммуникаций, индоктринации, социализации, социальной политики и некоторые другие.

Редакционная коллегия: к.и.н., доц. В.С. Шутов (отв. ред.), к.и.н., доц. В.И. Постол, д.ф.н., проф. Л.С. Сысоева, к.и.н., доц. С.А. Шпагин, к.и.н., доц. Н.Н. Соколов, ст. преп. Третьякова Т.Е.

ББК 66.0

УДК32

Т 63

ISBN 5-87307-083-0

© Томск, Философский факультет ТГУ, 2017

Например, базы «Гугл» хранят каждое входящее или исходящее электронное письмо, пришедшее вам на почту, отслеживают ваши маршруты по картам «Гугл». А согласно политике приватности, компания «Гугл» может передавать собранную информацию кому угодно. В том числе и государственным органам. Именно «Гугл», если вы пользуетесь этим поисковиком, решает какие из миллиардов сайтов будут показаны вам на первой странице результатов поиска. «Наблюдая за президентскими выборами в США, исследователи обращают внимание на очевидные знаки того, что «Гугл» поддерживает Хиллари Клинтон» [3. С. 88].

Безусловно, новые интернет-технологии сыграли большую роль в избирательной кампании 2016 года в США. Интернет предлагает новое пространство для продвижения своих интересов, выступает площадкой, способной дополнить телевидение и печатные издания для создания эффективной коммуникации.

Литература:

1. Абдуллин Р. К. Человек, который принес победу Трампу: тайны хитрейшей интернет-кампании [Электронный ресурс] // «Московский комсомолец». – Электрон. период. изд. – М., 2016. - URL: <http://www.mk.ru/politics/2016/11/16/chelovek-kotoryy-prines-pobedu-trampu-tauny-khitreyshey-internetkampanii.html> (дата обращения: 11.04.2017).
2. Майор К. П., Филимонова Т. А. «С мобильными технологиями можно не только продать памперсы, но и выиграть президентские выборы» // РБК. 2017. № 3. С. 92-93.
3. Малькевич А. А. Новые подходы успешных американских политиков к работе с медиа в современных условиях (на примере Барака Обамы и Дональда Трампа) // Коммуникативные исследования. 2016. № 3. С. 81-90.
4. Попов А. А. Кандидаты в президенты накануне выборов // США - Канада. Экономика, политика, культура. 2016. № 10. С. 3-25.
5. Рогов С. М., Рогова Н. В. Выборы 2016 года в США: итоги и перспективы (часть первая) // США - Канада. Экономика, политика, культура. 2017. № 1. С. 121-137.
6. Степанова Н. В., Шариков П. А. Влияние интернет-технологий на предвыборную президентскую кампанию в США в 2015-2016 гг. // США - Канада. Экономика, политика, культура. 2017. № 2. С. 52-67.

Фарукова А.В.

МЕТАФОРЫ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИА-ДИСКУРСЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Аннотация. Источником берутся газеты «The Guardian», «The Telegraph», «Daily Mail», как одни из самых популярных и охватывающих большую аудиторию. Метафора трактуется с позиции когнитивного подхода, а именно,

как ментальная операция. Метафоры исследуются с целью выявить, как выглядит и оценивается российская политика в данных источниках информации, с помощью каких метафор происходит влияние на политические настроения масс.

Ключевые слова: метафора, когнитивная метафора, политический дискурс, медиа-дискурс.

Abstracts. This article considers the sources of research are «The Guardian», «The Telegraph», «Daily Mail», because they are the most popular and cover a large audience. A Metaphor is interpreted within the cognitive approach as a mental operation. Metaphors are investigated in order to identify how the policy of Russia is estimated. Our main purpose is to understand how metaphors influence on the political mood of the crowds.

Key words: metaphor, cognitive metaphor, political discourse, media discourse.

Термин «дискурс» - одно из ключевых понятий современной социальной жизни и гуманитарной науки в целом. Дискурс рассматривается не как абстрактная система, а как «ситуативное» использование языка в определённом контексте, влияющие на различные когнитивные процессы. Рассмотрим ближе, чтобы понять когнитивный аспект. Дискурс конструирует социальный мир. Он включает воспроизводство и производство стереотипов и предубеждений с сочетанием целого комплекса когнитивных процессов, наиболее важный из которых - хранение опыта индивида как ситуативной модели в краткосрочной и долгосрочной памяти [1. С. 203]. И в каждой культуре это будет свое сочетание [2. С. 255].

Если говорить про отдельных людей, то в реальности нельзя заглянуть каждому в голову, по сути, сознание человека можно представить в виде «черного ящика», куда входят определенные транслируемые идеи, и выходят некие мнения. С помощью дискурс-анализа мы можем уловить идеи «на входе» и «на выходе» из сознания. «Каждый из нас убежден, что существуют определенные ментальные процессы, которые связывают производство и понимание текста как с высказыванием, текстом и коммуникацией, так и с социальными явлениями. Данный факт становится особенно очевидным при анализе таких феноменов, как языковое поведение, стереотипы, предрассудки, присущие социальным группам» [3. С. 123]. Политический дискурс в медиа опирается на дискурс обыденного жизненного мира в поиске обращения к массовой аудитории, которая слушает или смотрит, читает в основном в домашних условиях, в свободное время.

Метафора рассматривается как одна из основных ментальных операций, как способ познания, оценки и объяснения мира [4. С. 4]. Человек выражает свои мысли с помощью метафор, думает метафорами, познает, оценивает, структурирует мир, в котором он существует. В источниках по указанной тематике чаще всего встречаются метафоры, относящаяся к фрейму «Социум» - 64,8%. Во фрейме «социум» метафоры соотносятся с социальной деятельностью человека в спорте, культуре, военной сфере,

уголовной сфере, отношение человека к закону и т.п. «Война» - 24,1% наиболее популярный вид метафоры внутри данного фрейма.

Война предполагает конфликт между определенными образованиями (государство, племя, различные группировки и т.п.), который выражен противоборством. Война предлагает нам образ врага и образ нас, как защитников справедливости, единства или своих взглядов. Война ведётся с помощью различных средств: технических, дипломатических, идеологических, экономических и других. Так же она предполагает определенные этапы, разновидности, включает в себя специфические понятия: фронт, эшелон, дислокация, войско и множество других. Всё это употребляется в военной метафоре. Тем самым устанавливаются конкретные рамки. То есть, навязывается конфронтационное мышление: «мы – они», стереотипное решение проблем, сужается количество альтернатив для поиска решений и ответов. К тому же война всегда связана с сильнейшими эмоциями и чувствами: агрессивность, тревожность, боль, чувство опасности, чувство долга, смелость, героизм и т.п. Это отражается и в использовании военных метафор, которые вызывают сильные эмоции и побуждают к действиям. К игровым метафорам у человека возникают ассоциации о наличии игроков, правил, о победителях и проигравших в игре, о фигурах, которые человек передвигает, соперничестве и многом другом. Следуя такой логике, в обыденном сознании человека возникает мысль о том, что политика – это искусственная, неестественная сфера, имитирующая реальность, исполняющая чьи-то предназначения. Что политик занимает какую-то позицию в игре, ведущего или второстепенного плана, действует по правилам игры, кем-то написанным. Являясь средством речевого воздействия, игровая метафора несёт в себе оценочную нагрузку. В игре тоже есть противоборство, но здесь это скорее соперники, а не враги, как в военной метафоре.

В категории «война» доминирует употребление «активных действий». Например:

1. «Москва НАНОСИТ ОТВЕТНЫЙ УДАР, обвиняя Турцию в подготовке к военному вторжению в Сирию».
2. «В то время как простые россияне были проинструктированы затянуть пояса в идеологической БОРЬБЕ с Западом, их правители использовали Mossack Fonseca (панамская фирма), чтобы ВНЕДРИТЬ свои деньги на ТЕРРИТОРИЮ ПРОТИВНИКА».
3. «Вскоре Кремль обнаружил, что СРАЖАЕТСЯ С ДРУГИМ ВИДОМ ВРАГА».
4. «Россия начинает НАСТУПЛЕНИЕ ОЧАРОВАНИЕМ в преддверии решения допингового бана».
5. «Было бы лучше, если бы Россия прекратила протрамповскую пропаганду, чтобы ПОДОРВАТЬ легитимность избирательной системы США».

Определённо сказать нельзя, выстраивается негативный или позитивный образ России, но это сильный, иногда запугивающий,

противоречивый образ. Доминирование «военных действий» усиливает противоборство мнений, противопоставление «своих» и «чужих», «мы и я». Такие метафоры обычно используются для решительных, целеустремленных политических действий. Можно говорить о том, что данный вид метафор создают некие рамки для отображения действительности: конфронтационность, нагруженность эмоциями, стереотипность (в рамках данных смысловых блоков), заданные альтернативы для решения проблем.

Медиа-структурам удается транслировать определенную информацию, и у большинства вырабатывается какое-либо мнение по поводу различных ситуаций. «Массы – это те, кто ослеплен игрой символов и поработен стереотипами, это те, кто воспримет все что угодно, лишь бы это оказалось зрелищным» [5. С. 192]. Дискурс-анализ предоставляет возможность уловить различные моменты в транслируемой информации и представлениях, воздействиях на политические настроения масс.

Литература:

1. Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. – М: Либроком, 2013. – 344 с.
2. Щербинина Н.Г. Политико-культурные коды и конструктивное творчество современной российской власти / Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. – 2016. – № 3 (35). С. 255-263.
3. Уодак Р. Взаимосвязь "Дискурс - общество": когнитивный подход к критическому дискурс-анализу // Современная политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. – С. 123-136.
4. Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии: Монография. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013. – 176 с.
5. Бодрийяр Ж. Фантомы современности // Ясперс К., Бодрийяр Ж. Призрак толпы. – М: Алгоритм, 2007. – 272 с.

Черепкина Е.А.

ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРНЕТ КАК КАНАЛА ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. Политика является важнейшей частью общества, которая охватывает социальную, экономическую и культурную сферу. В эпоху постиндустриального, а именно информационного общества, люди, так или иначе, сталкиваются с политической деятельностью. Все ключевые сферы жизни человечества (социально-экономическая, политико-правовая, культурно-духовная) сегодня уже в значительной мере находятся под воздействием коммуникационных процессов, охватывающих своим влиянием промышленные предприятия и сферу услуг, органы государственной власти и местного самоуправления, политические партии, общественные движения и профессиональные сообщества. В постиндустриальном, информационном обществе сферы технологий и услуг являются приоритетными, возрастает количество занятых в них лиц и