

Татьяна Б. Карпова (Пермь)

Политический дискурс в русскоязычном интернете

Ключные речи:

рунет, политический дискурс, жанры, коммуникативные стратегии и тактики, сетевые СМИ.

У раду се анализирају основне жанровске форме политичког дискурса у руској зони Интернета (Рунет): конференције *on line*, лични сајтови, форуми, анкете, пресцентри, као и жанрови мрежних средстава јавног информисања. Разматрају се комуникативне стратегије и тактике познатих руских политичара које они примењују у веб ресурсима. Испоставља се да информацијски канал (глобална компјутерска мрежа) не мења циљ и функционално-стилистички статус политичке комуникације, али уноси у њу додатне могућности.

Проникновение *web*-технологий в политику стало фактом политической коммуникации в современной России. Сегодня победить в борьбе за власть, не имея доступа к электронным носителям, практически невозможно. При этом удельный вес виртуальной информационной составляющей в российской политике имеет устойчивую тенденцию к возрастанию (Лосенков 2006: 15).

Известно, что целью политического общения, как и всей политики, является борьба за власть, т.е. агитация за власть,

ее захват и удержание (Водак 1997, Будаев, Чудинов 2006, Шейгал 2002 и др.), т.е., во-первых, сбор, обработка и оценка информации, во-вторых, выработка управленческого, политического решения и, в-третьих, реализация этого решения (Психология 1999: 547). Установки определяют направленность политического дискурса на информирование, оценку и побуждение, а в целом формируют его информативно-воздействующий характер, который выражается в важнейшем стилистическом принципе построения



публицистических текстов – сочетании экспрессии и стандарта (Костомаров 2005). Тексты, создаваемые в политической – публицистической – коммуникации, обладают общими стилистическими чертами (оценочностью, полемичностью, диалогичностью, побудительностью), которые в разных условиях реализуются по-разному (Дускаева 2005).

140

Анализ политического дискурса в русскоязычном интернете (рунете) показывает, что информационный канал (глобальная компьютерная сеть) не меняет цель и функционально-стилистический статус политической коммуникации, но привносит в нее дополнительные возможности. Коммуникационные стратегии политических партий, движений и их лидеров хорошо прослеживаются через содержательное наполнение интернет-ресурсов, а сила воздействия на пользователей зависит от профессионализма выполнения веб-сайтов и наличия интерактивного инструментария. Проследим это на примерах основных жанровых форм политического дискурса в рунете.

Первой такой жанровой формой явились онлайн-конференции, в которых участвовали российские политики и государственные деятели (М. Горбачев, Б. Ельцин, Д. Аяцков и др.). Такие выходы представителей политической элиты в рунет сопровождался огромным вниманием прессы. И хотя ответы политиков на вопросы пользователей часто не несли в себе каких-либо знаковых заявлений, но сам факт выхода политической элиты в сеть демонстрировал признание интернета как важной части общественно-политической жизни.

Через некоторое время появилась другая тенденция – открытие политиками и партиями веб-сайтов. Сегодня представительство партии в сети явля-

ется уже неотъемлемой частью общения политических деятелей с электоратом. Практически каждая партия имеет здесь собственный ресурс. Основная функция глобальной сети в деятельности современных политических организаций состоит в обеспечении постоянного общественно-политического дискурса с возможностью электронной обратной связи между политической элитой и гражданским российским обществом. В идеальном варианте сайт политического деятеля может и должен выполнять сразу несколько PR-функций, для чего в реальной жизни потребовалось бы использование нескольких инструментов и различных механизмов: выступать источником информации о политическом деятеле, привлекать сторонников, поддерживать форум – дискуссию на объявленную тему – и оценивать текущее состояние общественного мнения, выполнять роль виртуальной общественной приемной, а также координатора во время предвыборной кампании (Мельниченко 2002). Совмещаясь в виртуальной реальности, этот комплекс функций приобретает новое качество: появляется возможность вовлечь в политический процесс более широкие слои населения, сделать общение (в условиях анонимности и дистантности) максимально доверительным. Однако эта модель реализации комплекса функций политического веб-сайта чаще всего так и остается идеальной и реализуется в каждом конкретном случае частично.

По нашим наблюдениям, веб-страницы политических партий и их лидеров делятся по крайней мере на три группы: 1) простейшие сайты с практически совсем не обновляемой информацией, включающие в себя официальную биографию политика, несколько его фотографий, а

также тексты выступлений или набор цитат; 2) сайты с обновляемой разноплановой информацией, но без предоставления возможностей обратной связи; 3) сайты, где реализуется интерактивность как важная составляющая веб-технологий: проводятся интернет-голосования, устраиваются дискуссии. По мнению специалистов, только интерактивный сайт действительно способен стать эффективным инструментом политических технологий.

Таковыми сайтами являются сайты президента России В. В. Путина, выполняющие главным образом имиджевую функцию. Так, один из первых его сайтов – это «Сайт Владимира Путина», в котором говорится об итогах деятельности с 2000 по 2004 год и перспективах развития России в следующие четыре года. Главный месседж сайта – *Борьба с бедностью* – отсылает к основной политической линии президента, направленной на форсированное снижение уровня бедности в стране. Грамотная подборка материалов, среди которых есть как тексты публичных выступлений Путина, так и статьи из прессы, подтверждает существующие достижения президента и прочит достижения в будущем. В целом сайт уже неактуален, так как посвящен выборам президента в 2004 году, однако обилие текстов выступлений В. Путина делает сайт неплохой находкой для аналитиков и начинающих политологов. Информационно-аналитический портал «Президент России» позиционируется как интернет-проект, посвященный личности президента Путина. На самом деле сайт представляет собой материалы о прошедших, текущих и предстоящих политических событиях в жизни главы государства. Подборка о личности президента скупа и чересчур официозна. Ресурс «Узнай

президента», предназначенный для школьников, наоборот, как нельзя лучше раскрывает личность В. Путина. Здесь доминанты имиджа президента – *Избранник народа, Хозяин, Сильная рука* – дополняются ролями *Простой человек, Интересная личность*. На сайте можно узнать о дочерях президента, супруге – Людмиле Путиной, их хобби, детстве и о многом другом. Несмотря на то что сайт имеет своей целью развитие у детей понятия демократических ценностей, он также формирует представление о президенте как о достойном управления страной человеке и интересен и для взрослых.

Не имеют явного политического окраса, а ориентируются прежде всего на общечеловеческие ценности и многие другие сайты известных политиков. Например, на персональном сайте Ю. Лужкова выложены его публицистические (*Сельский капитализм в России: столкновение с будущим; Развитие капитализма в России: 100 лет спустя* и др.) и художественно-публицистические (*Дед; Мистика; О любви*) произведения. Эффект неожиданности достигается уже с того момента, когда пользователь рунета впервые входит на веб-страничку известного хозяйственника и политика Ю. Лужкова и вместо традиционного политического официоза видит портрет человека с открытой улыбкой и читает его философские размышления о человеческой жизни и ее ценностях. Приведем отрывок из эссе Ю. Лужкова «О любви», помещенном на сайте: *...из эмоций и состоят отношения. Если мы прервем их, не передадим по наследству, это будет зияние невосполнимое. С детских лет жизнь была окутана грузинским ароматом. Сколько себя помню, всегда грузин в бурке скакал по папиросной коробке «Казбек» (память ушедшего на фронт отца); вечно глядел*

грустный Демон на танцующую царицу Тамару (репродукция на кухне); витязь в тигровой шкуре неустанно сжимал зверя в поднятых руках (в местной забегаловке). Все эти образы были знакомы до черточки. Им вторили стихи: Грузия была «зарифмована» в поэзии Пушкина, Лермонтова, Есенина, в переводах Пастернака. Маяковский, – объясняла учительница Нина Николаевна, – родился там и воплотил в необычных ритмах поэтический строй горных высот, рек и ущелий волшебной земли. Все это было впитано русской культурой и встречалось на каждом шагу. Сочетание славянской широты и грузинской стати обогащало обоих... Автор такого эссе явно выполняет роль *Неполитика*, вынужденно вовлеченного в политическую сферу жизни. Он прямо говорит: *Политика не должна мешать экономике... Человеку такому, как я, в политике делать нечего.* С точки зрения необходимых атрибутов политического сайта, предполагающего установление обратной связи с пользователями, данный сайт и подобные ему, на первый взгляд, проигрывают. Однако интенция на самовыражение личности (автора), активное проигрывание коммуникативной роли *Неполитика* оказывается здесь достаточно эффективно реализованной политической стратегией, позволяющей завоевать симпатии и доверие электората. Такие сайты вряд ли меньше, чем традиционные, влияют на формирование у пользователей рунета политической позиции или политического предпочтения.

Центром веб-ресурса И. Хакамады также является уникальная личность политика-женщины, которая свою жизнь посвятила работе и семье. Читая биографию Хакамады, трудно не сравнить ее с «железной» леди Маргарет Тэтчер, которая всего в жизни добилась тяжелым и

упорным трудом. Недаром Хакамада написала про себя книгу *Self-made Women*. В сравнении с официально представленными (от третьего лица) биографиями политиков на других сайтах, веб-страница И. Хакамады подкупает ярко выраженным личностным началом: политик сам пишет о себе (см. рубрики: *Я – Хакамада; Я иду в Президенты; Воскресенье*), размещает свои детские и юношеские фотографии. Стилль И. Хакамады отличается остротой, ироничностью (ср.: *Все мои переживания и порывы, достижения и провалы, поступки и мечты – все каким-то странным образом сконцентрировалось в этом родовом имени, таком непривычном для русского уха... Хакамада – это что-то настолько чужеродное, что часто даже вопрос вызывает не «кто это?», а «что это такое?»...* Когда началась самостоятельная жизнь, трудности с фамилией приобрели вполне конкретный вид. Я стала постоянной добычей кадровиков... И даже подрабатывать она мне мешала! Когда я нашла себе замечательную вакансию ночного сторожа на стройке, оформляться пришлось по чужим документам). Важно, что и собственно политические материалы на сайте И. Хакамады также качественны, причем как по содержанию, так и по форме. Бросается в глаза разнообразие и конкретность тех социально-политических вопросов, которые выносятся автором в разделы сайта: *Власть и общество; Реформа власти; Экономика.; Здравоохранение; Образование; Военная реформа; Терроризм; Чечня* и др. Частично (без возможности общения в реальном времени) представлена на сайте и обратная связь с избирателями (см. рубрики: *Позиция и взгляды; Ваше мнение*). Политические речи И. Хакамады отличаются экспрессивностью, выразительностью. См. пример: *В стране завершается формирование диктатуры*

коррупцированной бюрократии, уверенной в собственной непогрешимости и неменяемости. Закономерный итог такой формы правления – тотальный произвол, социальное расслоение, застойный монополизм. Выбранный властью путь – это путь в никуда, к острейшему социальному, экономическому и политическому кризису и распаду страны. Мы с этим категорически не согласны. Мы сделаем все, чтобы не допустить дальнейшего сползания страны к кризису. Используя все конституционные возможности, мы вернем Россию на демократический путь развития. Мы построим другую Россию, страну, которой будем гордиться мы и наши дети... Использование публицистической лексики и фразеологии, многочисленных оценочных единиц, инверсии, синтаксического параллелизма и анафор (в данном тексте встречается 22 высказывания, начинающихся с местоимения «мы» в сочетании с глаголом действия) делает текст ярким, действенным, демонстрирующим основную коммуникативную роль И. Хакамады – Борца за социальную справедливость.

Пожалуй, такого же эмоционального накала речи Б. Немцова, представленные на его персональном сайте. Ср. отрывок из его речи на съезде СПС 25.09.2006: *Долгие годы Партия напоминала то ли Илью Муромца, то ли Буриданова осла, стояла на перепутье. Одни думали так, в Кремль пойдешь, смерть найдешь, и я, кстати, к ним относился, другие думали, в оппозицию пойдешь, в Лету канешь. К ним тоже многие сидящие в зале относятся. Сейчас, слава Богу, позиция Ильи Муромца и Буриданова осла преодолена и в Программе четко и ясно написано, что наша Партия является демократической оппозицией.* Бесспорно, те пользователи рунета, кто войдет на сайт Б. Немцова и прочитает подобные высказывания в рубрике *Дела партий-*

ные, заметят образность, оценочность, незаформализованность речи политика. А в высказываниях о политических оппонентах – полемичность его речи. См, например: *Надо четко и ясно определиться с навязываемым обществу термином «суверенная демократия», это важная вещь, поверьте мне. Что такое суверенная демократия? Суверенная демократия – это цензура вместо свободы печати, суверенная демократия – это коррупция и рост на 500 тысяч человек бюрократов за годы правления Путина. Суверенная демократия – это 500 лишних генералов, которые появились у нас в Вооруженных Силах. Суверенная демократия – это Россия на 126 месте, по данным «Transparency International», по уровню коррупции. Украина с Белоруссией и то лучше выглядят. На 126 месте, это суверенная демократия. Суверенная демократия – это Андрей Сычев, покалеченный, а сейчас 6 лет собираются дать бандитам, которые ему там все отрезали. Вот это все суверенная демократия. Мы должны жестко оппонировать им по всем тем ключевым вопросам, которые они считают священными. А мы с ними абсолютно не согласны.* Основная тональность такой речи – в горькой иронии. А такие риторические фигуры, как синтаксический параллелизм в сочетании с анафорой, дают возможность передать тревогу автора за судьбу России. В целом речь Б. Немцова можно охарактеризовать как атакующую, эффективно воздействующую.

Заслуживает внимания сайт А. Чубайса. Как и на многих других персональных сайтах политиков, здесь обнаруживается стремление автора «держать руку на пульсе», то есть отслеживать рейтинг своей популярности, иметь прямой и свободный канал связи с электоратом. Рубрики, подтверждающие сказанное: *Рабочая папка; Приемная; Дискуссии; Ад-*

ресная книга; Книга отзывов; Блиц-опросы. Дана исчерпывающая информация об авторе сайта (рубрика *Личное дело*), его единомышленниках (рубрика *Друзья, единомышленники, команда*) и оппонентах (рубрика *Оппоненты о А.Б. Чубайсе*). Кроме того, освещаются последние новости о деятельности должностного лица, публикуются материалы СМИ с информацией о нем. Есть нетипичный для политических сайтов раздел *Юмор*, где собраны около ста различных карикатур и шаржей, посвященных деятельности Чубайса начиная с 1991 года, когда нынешний председатель правления РАО «ЕЭС России» был еще управляющим федеральным имуществом. В разделе *Письма от граждан* А. Чубайс честно разместил даже самые резкие, крайне агрессивные отзывы в свой адрес (см., например: *Слушай, рыжая скотина. Как только я услышал твою фамилию в 1992 г., я сразу почувствовал, какая ты мразь, урод, скот. Ты, чудовище рыжее, конопатое, убил своей лопатой (граблей) 20 млн. человек в России*).

В рамках некоторых персональных сайтов политиков встречаются такие жанровые формы интернета, как форумы, конференции, опросы, когда автор сайта задает определенную тему и все желающие имеют возможность поучаствовать в ее обсуждении. В качестве примера приведем сайт С. Ю. Глазьева и его официальный форум. Для обсуждения предлагается конкретная тема, например: *Национальная катастрофа России и русских; Во что обходится невежество финансовой власти и др.* Тема может уточняться цитатой, например: *Скудного ума наших финансовых властей, к которым принято относить Центральный банк и правительство, хватает лишь на то, чтобы замораживать кажущиеся им лиш-*

ними деньги в стабилизационном фонде и валютном резерве Центрального банка, выкачивая их за рубеж. И хотя на главной странице веб-ресурса написано, что это сайт сторонников С. Ю. Глазьева, в форуме участвуют отнюдь не только его сторонники, но и оппоненты, которые в нелицеприятной форме могут, например, аргументированно не согласиться с политиком и даже посоветовать ему взять в штат человека с экономическим образованием и не обвинять в некомпетентности профессионалов. И все же больший процент участников форума – это сторонники политических взглядов автора сайта. Высказываемые ими суждения демонстрируют откровенно коммунистические взгляды их авторов. И если «хозяин» сайта, как правило, не позволяет в грубой форме заявлять о своей позиции, то так называемые его сторонники это делают, нередко используя при этом агрессивную, вульгарную и даже инвективную лексику, формирующую отрицательно-оценочную тональность высказываний. Их речь носит лозунговых, призывный характер. Приведем пример (авторские орфография и пунктуация сохранены): *Родина в опасности. Поэтому следует обратиться к гражданской совести членов КПРФ и бывших членов КПСС. Сегодня не время для партийно-корпоративных разногласий. Всем членам КПРФ известна продажная сущность их лидера Зюганова – партнера Ельцина по казнокрадству и воровству Чеченских и сельскохозяйственных федеральных фондов. Сегодня общеизвестно кому и за сколько лидер партии и фракции КПРФ в Думе Зюганов продавал депутатские места в Законодательном собрании страны. Общеизвестно за деньги из каких источников приобретал Зюганов личные особняки на рублевке и квартиры в Москве... Эпатажность экспрессии, фа-*

миллярность побудительности, гипертрофичность подобных текстов очевидны и свидетельствуют о том, что политическая ориентация (степень экстремизма) их авторов оказывает прямое влияние на стилистику веб-ресурсов.

Сказанное можно продемонстрировать также на примере такой жанровой формы политического дискурса, как пресс-центр. Так, он есть на официальном сайте ЛДПР, лидер которой, не имея персонального сайта, активно участвует в работе сайта своей партии. А потому и пресс-центр представляет собой сборку тем, в обсуждении которых участвовал В. В. Жириновский, а также основные идеи его выступлений и – через систему ссылок (гипертекст) – развернутые тексты выступлений. Примеры: **Жириновский предложил провести закон о материнском капитале задним числом** – *Из-за того что закон вступает в силу с 1 января, женщины, которые должны родить в конце декабря, будут затягивать роды; Жириновский предложил всем бросить курить* – *Я всех призываю прислушаться к моему совету и бросить курить. Я обещаю, что курить брошу; Жириновский прокомментировал предложения С. Иванова о новой форме взаимодействия воинских частей с родительскими комитетами* – *Это хорошая идея. Надо сделать так, чтобы родители помогли поддерживать порядок в воинских частях.* Представляется, что в этих примерах заметна реализация типичной для В. Жириновского тактики эпатажирования.

На немногих персональных страницах политиков существует раздел *Общественная приемная*, в котором можно оставить тот или иной вопрос, требующий компетентного разбирательства. Это особенно характерно для сайтов депутатов Госдумы и местных законодательных собраний,

которые составляют отдельную категорию политических сайтов.

Обобщая анализ содержательной стороны партийных сайтов, можно констатировать, что в большей или меньшей степени практически у всех партий в информационном поле рунета присутствуют программы, предвыборные платформы, уставы, обращения, бюллетени, материалы съездов и многое другое. Поток информации, подчиненный здесь целям установления политического влияния, чаще всего хорошо структурирован и широко доступен. Среди основных характеристик эффективного политического сайта следует отметить информативность, функциональность, современный дизайн, поддержку и актуализацию данных, постоянное обновление, использование интерактивных компонентов, обратной связи с пользователями, этичность. Рунет становится важной составляющей политических коммуникаций, образующих информационную среду деятельности политических партий и их лидеров, хотя часто только предвыборную. Рунет используется политическими партиями как реальный интерактивный канал связи с населением, выступает как инструмент политического влияния на электорат.

Однако в целом, несмотря на значительный потенциал интернета, в политическом дискурсе России виртуальное пространство используется все же недостаточно, в частности, не в полной мере используются такие инструменты создания интерактивной коммуникации, как электронная почта, форум, гостевая книга, онлайн-опросы, блоги, а также система поиска, раздел для средств массовой информации и т. п. Многие российские политики относятся к созданию персональных сайтов как к модному веянию, не следователю которому плохой тон. Они

понимают, что аудитория политического рунета является одной из самых активных и имеет свои интересы, которые готова отстаивать. Однако они понимают и другое: пользователи рунета, как правило, люди до 40 лет, представители социума со средним уровнем доходов и к наиболее активной части электората (пенсионерам) не относятся. Это существенно снижает влияние политического дискурса в рунете на реальный (невиртуальный) политический процесс.

Снижает это влияние и такое свойство политического рунета, как возможность размещать здесь любую информацию, не проверяя ее достоверность и не указывая источник, поскольку правовое регулирование по-настоящему пока еще не затронуло русскоязычный интернет. Растет популярность и увеличивается количество электронных газет и журналов, не имеющих печатных аналогов. Публикация в рунете актуального и тем более сенсационного материала мгновенно находит отражение в прессе. Примером тому может служить серия так называемых «Когтей» – публикаций компромата в сети в конце 1998 – начале 1999 гг., когда каждый новый «выброс» сенсационных материалов комментировался традиционными средствами массовой информации. Интернет-сми отличаются от обычных средств массовой информации не только своей виртуальностью и возможностью быстро и дешево публиковать новости, но и своей неподконтрольностью, независимостью и, что самое главное, возможностью анонимного распространения информации. Это делает рунет идеальным местом для различного рода политических провокаций.

Наряду с такими негативными свойствами, сетевая политическая журналис-

тика как важная составляющая политического дискурса в рунете имеет ряд позитивных особенностей: обеспечение через систему гипертекстовых ссылок связанности ресурсов по определенной теме и быстрый доступ к нужной информации; предоставление расширенного объема информации и возможности выбора режима ознакомления; реализация интерактивности; расширение возможностей для подачи текста и воздействия на аудиторию посредством визуальной формы текста, использованных шрифтов, цветового решения; специфическая манера изложения, для которой характерна вольность стиля и использование разговорных элементов речи. Кроме того, специфика сетевых сми заключается в незамедлительной публикации материалов, неограниченности места, относительно малой себестоимости. Все это побуждает к активному использованию сетевых сми в сетевой политике.

Сетевые сми как новый тип дискурса, появившись в русскоязычном секторе интернета примерно десять лет назад, активно формируются в социо-культурном пространстве России. Потенциальное их влияние на всю российскую жизнь столь велико, что многие авторы говорят о становлении информационного общества, когда «потенциал страны измеряется потенциалом информационным, скорее, количеством компьютеров и подключений к Интернету, чем количеством заводов и выпускаемой ими продукции» (Засурский 2000: 27). Безусловно, сетевые сми повлияли и еще будут влиять на традиционные сми. Недаром, прогнозируя пути развития средств массовой информации, некоторые журналисты не исключают, что интернет с его техническими возможностями постепенно будет «поглощать»

газеты, радио и телевидение, становясь круглосуточным открытым информационным каналом. И все же, несмотря на признаваемую значимость интернета для развития традиционных СМИ, большинство журналистов считает, что с приходом интернета индустрия массовой информации лишь эволюционирует, но не меняется принципиально (Анненков 2000: 82).

Это подтверждает и то, что сетевые СМИ как тип дискурса характеризуются, как и традиционные каналы связи, дистантностью коммуникации, ретинальностью (передачей сообщений неопределенному числу неизвестных получателей), индивидуально-коллективным субъектом речи, массовым рассредоточенным адресатом, а также выполнением следующих функций: информационной, комментариально-оценочной, познавательно-просветительской, функцией воздействия, гедонистической и др.

Однако сетевые СМИ, обладая всей совокупностью признаков традиционных СМИ, имеют и оригинальные, только им присущие особенности. Во-первых, они отличаются от традиционных СМИ своей многомерностью, гипертекстуальностью, то есть возможностью от лаконично сформулированной информации перейти, если необходимо, к ее развернутому варианту, от него – к текстам в других ресурсах и т.д. По словам Г. Н. Трофимовой, «гипертекст – это качественно новый уровень подачи информации и воздействия на аудиторию» (Трофимова 2004: 242). И хотя гиперпространство не обладает такой тематической и логической законченностью, как традиционные СМИ, хотя гиперструктура сетевой газетной публикации часто оказывается перенасыщенной по содержанию и хаотичной по форме, но именно система гипертекста

дает возможность разместить не только основную, но и дополнительную информацию компактно, удобно и убедительно (Трофимова 2004: 242).

Важным отличием сетевых СМИ является присутствие в тексте ключевых ориентиров, слов-крючков, за которые сеть поисковой машины вытаскивает именно данную публикацию данного сетевого СМИ в предоставляемый заказчику список ссылок. Таким образом, акт массовой коммуникации требует адекватной языковой подготовки как у адресата, так и у ее адресанта. Необходимо, чтобы их представления о ключевом слове совпали (Трофимова 2004: 238).

Во-вторых, интернет обладает интерактивностью, давая читателю возможность отреагировать на заинтересовавшую его тему. Редакции интернет-СМИ используют такие форматы сетевого общения со своими пользователями, как электронные письма, форумы, рейтинги, голосования, что расширяет диапазон коммуникативных возможностей СМИ. Рейтинг же посещаемости сайтов позволяет сетевым журналистам корректировать свою деятельность.

Помимо гипертекстуальности и возможности интерактивного потребления информационного продукта, в качестве третьего оригинального свойства интернет-СМИ называют мультимедийность: использование звука, видеоряда и иных знаковых систем. Такое сочетание текста, звука и изображения в корне меняет устоявшиеся представления о характере информации и возможных эффектах ее восприятия (Лукина 2006: 345). Все это делает сетевые СМИ привлекательными для пользователей интернета.

«Виду неразвитости медиарынка рунета и его недостаточной изученности говорить о четком типологическом

рисунке этого сектора сми... пока еще преждевременно» (Лукина 2006: 345). Типология сетевых сми только формируется, а потому как бесспорные можно назвать, пожалуй, только две категории изданий в рунете: электронные версии печатных сми (эквивалентные копии, а также модифицированные онлайн-версии традиционных сми) и собственно сетевые издания, изначально возникшие на базе *web*-технологий и продолжающие функционировать исключительно в сети (информационные порталы: многофункциональные интернет-службы, подразумевающие многообразие тем, жанров и сервисов наряду с непрерывным потоком информации, а также электронные газеты, которые формируются по принципам, имитирующим оффлайновые газеты, с определенным «графиком» выпусков, с преобладанием аналитических материалов над новостными). Кстати, именно для сети характерно деление прессы на новостную и аналитическую. Классическим примером новостных сайтов являются информационные ленты, созданные информационными агентствами. Есть ленты как общего характера, предлагающие подборку новостей по самым разным темам (*Lenta.ru, rbc.ru, Страна.ru, сми.ru* и др.), так и специализированные, отражающие новости экономики, политики или того же интернета (*finmarket.ru, cnews.ru, internet.ru* и под.).

Есть еще критерии, позволяющие достаточно четко дифференцировать сетевые издания, – это доступность информации (на этом основании они делятся на издания со свободным доступом и «закрытой», то есть платной информацией), а также способ распространения издания (с рассылкой или без нее). Обычно рассылка служит своего рода дополнением к существующему сайту издания, помогая

информировать читателя о поступлении новых материалов и формируя устойчивую дружественную аудиторию. Особый случай представляет собой рассылка без сайта, уникальный вид сми, не имеющий аналогов в печатной прессе.

В целом сетевая периодика вряд ли отличается большим разнообразием публицистических жанров. Доминирование новостных материалов над аналитическими приводит, в частности, к тому, что довольно редко здесь можно встретить корреспонденции, зарисовки, очерки. Размерное ограничение экрана монитора, из-за которого необходимо много раз прокручивать большой текст, чтобы дочитать его до конца, способствует тому, что тексты в *web*-изданиях достаточно сжаты и по своему характеру приближены к жанру расширенной заметки или репортажа. В сети не принято подробно трактовать факты, их аналитически комментировать или эмоционально интерпретировать; объяснение фактов сведено здесь к минимуму, главное назвать событие, а не изложить его.

Стиль сетевых сми формируется, во-первых, под воздействием значительно трансформированного за последние десятилетия газетно-публицистического стиля, а во-вторых, под воздействием живого, демократичного языка виртуального пространства. Основная тенденция в развитии сетевых сми – тенденция к выразительности в сочетании со стремлением к стандарту и сокращению объемов текста.

Новым и сильным средством выразительности здесь становятся структурные возможности гипертекстовых технологий, позволяющих размещать на главном месте самую важную информацию, при этом заголовком текста становится его первая фраза, одновременно содержащая

информацию о сути события, остальной же текст – подробности события – находится на других уровнях гиперструктуры и при желании может быть открыт для прочтения.

Большинство общих новостных ресурсов имеют популярный характер, который проявляется в броских заголовках и акцентированной сенсационности, обращенности к подробностям криминальных происшествий, катастроф и т.п. – всего того, что вызывает повышенный интерес у большинства людей. Ср. заголовки интернет-изданий только за один день: *Грузчик убивал молотком, Рэкетеры в погонах, Самая толстая девочка в мире* (Страна.ру); *Под Ростовом перевернулся автобус, В Самаре опознают тела погибших, Названа причина аварии Ту-134, Раскрыто громкое убийство 90-х, В восточно-китайском море пропали люди, В Абхазии произошел взрыв на границе, В Москве вспыхнула электричка, Пожар отрезал Лондон от Европы* (дни.ru).

Новостные ресурсы отличаются тем, что выразительность здесь достигается за счет «крайнего минимализма, краткости и даже скупости речевой выразительности» (Трофимова 2004: 236). Весьма частотны заголовки, основанные на мнимой сенсационности, когда заявляют одно, а при обращении к основному тексту выясняется другое. См. типичный пример: заголовок: *Неизвестный проник в Белый дом*; основной текст: *Секретная служба США задержала мужчину, пытавшегося перелезть через ограду Белого дома* (выделено нами – Т. Карпова). Или еще примеры из жизни звезд: *Тайна красоты Дженифер Лопес, Маликов открыл формулу счастья, Второй ребенок Анжелики Варум, Певица Алсу меняет жизнь, Жена Пола Маккартни замучила полицию* (дни.ru). При обращении к основному тексту становится

понятным, что заявления, сделанные в таких заголовках, явно преувеличены, часто даже с точностью до наоборот.

С целью привлечь внимание пользователей рунета в интернет-изданиях нередко используются всевозможные языковые трансформации узнаваемых всеми прецедентных текстов. Например: *Семнадцать требований Тимошенко* (*Семнадцать мгновений весны*), *Гламурные тоже плачут* (*Богатые тоже плачут*), *Весенняя вишня* (*Зимняя вишня*), *Призрак популизма* (*Призрак коммунизма*), *По путинским местам* (*По ленинским местам*), *Четыре вице-преьера и один преемник* (*Четыре танкиста и собака*), *Человек с программой* (*Человек с ружьем*) и под.

В интернет-изданиях аналитической направленности гораздо чаще, чем в новостных ресурсах, встречаются средства художественной выразительности. В качестве примера приведем «двойные» (то есть распадающиеся на две стилистически неоднородные части) заголовки из ежедневного информационно-аналитического журнала *GlobalRus.ru*: *Нефтегазовые тенёта – Россия протянет трубу через Южную Европу*; *Все-таки народная – У Касьянова отобрали дачу*; *А денежки врозь – Россия остановила строительство АЭС в Бушере из-за срыва платежей с иранской стороны*; *Стрельба по своим – Партии жалуются на фальсификацию выборов*; *Преемник для среднего класса – Дмитрий Медведев провел Интернет-конференцию*; *Бремя мирной жизни – Доволен ли Кадиров своим президентством?*; *Взметнуть в небо соколом – Вешнякова ушли из ЦИК*; *Все ближе, и ближе, и ближе – США намерены задействовать в системе ПРО Кавказ с Украиной*; *И спи спокойно – В России началась налоговая амнистия*. Из примеров видно, что первые части заголовков (выделены полужирным шрифтом) носят явно экс-

прессивный характер, представляя собой строчки из песен, прецедентные тексты, включая разговорную и даже просторечную лексику.

150

Сетевые СМИ преподносят информацию в такой легкой и непринужденной манере, что даже самая серьезная тема в значительной мере теряет свою важность и значимость. В системе общих требований к журналистскому тексту в интернет-СМИ на первое место выходят привлекательность и доступность. Первоочередным качеством интернет-журналистики становится также новизна, так как девяносто процентов всех публикаций составляют короткие новостные сообщения. А вот требования значимости и актуальности соблюдаются только в отношении главных политических событий. Отбор новостей для других тематических рубрик – общество, культура и т.д. – часто определяется личным вкусом редактора и нередко не соответствует этическим требованиям. Интернет-журналистика еще в большей степени, чем традиционная, намеренно снижает и сужает интересы

массовой сетевой аудитории до «мещанско-обывательских» (Трофимова 2004: 240).

Таким образом, язык сетевых СМИ – явление неоднородное, в нем отражается речевая картина общественно-политической жизни современной России. Это жанровый и речевой континуум, конгломерат всевозможных языковых средств, среда для проявлений тенденций к речевой пестроте, с одной стороны, а с другой – к единообразию и унификации стиля. Становление речевой стилистики журналистских текстов в рунете сопровождается формированием новых стандартов речевого автоматизма, связанных, прежде всего, с восприятием текста с экрана монитора, ориентацией на новостные приоритеты, а также учетом других особенностей сетевых СМИ.

Итак, можно сделать вывод о том, что интернет-технологии предоставляют современному обществу большие возможности, которые, однако, требуют от политической сферы не менее существенной перестройки.

summary

Σ Political discourse in Russian-speaking Internet

The penetration of web-technologies into politics has become a factor of political communication in modern Russia. Nowadays, to win in the struggle for power, without having access to electronic carriers, is practically impossible. Here the specific weight of virtual information component in Russian politics has a stable trend to increasing.

The analysis of political discourse in Russian-speaking internet (runet) shows that the information channel (global computer network) does not change the purpose and functional-stylistic status of political communication, but brings additional opportunities into it. Communicational strategies of political parties, movements and their leaders are

well followed through content filling of internet resources, and the force of impact to users depends on professionalism of fulfillment of web-sites and the availability of interactive tools. It can be followed at first on the examples of main genre forms of political discourse in the runet: online conferences and personal sites. The article analyses the web-sites of such well-known Russian politicians as V. V. Putin, Y. M. Luzhkov, I. Khakamada, B. Nemtsov, A. Chubais. The analysis is carried out from the point of view of realization of communicative strategies and tactics of the said politicians. Within the frames of some personal sites of politicians there are such genre forms of the internet as forums, conferences, polls, when the author of the site gives a certain topic and all the willing people have the opportunity to take part in its discussion. As an example, the site of S. Y. Glaziev is given, as well as his official forum. Another genre form of political discourse is also demonstrated, as press centre (for instance, at the official site of LDPR whose leader – V. V. Zhirinovskiy, without having his personal site, participates actively in operation of the site of his party).

151

Today, the representation of a party in the net is already an integral part of communication of politicians with their electorate. Practically every party has here its own resource. The main function of global network in the activity of modern political organizations is in providing a constant publicity and political discourse with possibility of electronic feedback between political elite and civil Russian society.

The article also analyses the network mass-media as an important part of political discourse in the runet.

Литература

- Анненков 2000: **Анненков, А.** Сеть и массовая информация. – In: Мир *Internet*. – Москва. – № 9. – С. 80–82.
- Водак 1997: **Водак, Р.** Язык. Дискурс. Политика. – Волгоград.
- Дускаева 2005: **Дускаева, Л. Р.** Функционально-стилистический статус политической коммуникации. – In: Стереотипность и творчество в тексте. – Пермь. – Вып. 9. – С. 84–92.
- Засурский 2000: **Засурский, Я. Н.** Журналистика и мир на рубеже тысячелетий. – In: От книги до Интернета. – Москва. – С. 12–37.
- Костомаров 2005: **Костомаров, В. Г.** Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики. – Москва. – 288 с.
- Костыгова 2002: **Костыгова, Ю.** Сетевые сми: занимательная типология. – In: Мир *Internet*. – Москва. – № 4. – С. 20–22.
- Лосенков 2006: **Лосенков, О. И.** Политические Интернет-технологии в деятельности политических партий современной России. Автореф... канд. полит. наук. – Черкесск. – 22 с.
- Лукина 2006: **Лукина, М. М.** СМИ в Интернете. – In: Средства массовой информации России: Учеб. пособие / Под ред. Я. Н. Засурского. – Москва. – С. 338–356.
- Мельниченко 2002: **Мельниченко, О.** Интернет и выборы: проблемы и перспективы. – In: Информационно-аналитический бюллетень агентства «Обратная связь». – Москва. – № 7.



ТАТЬЯНА Б. КАРПОВА

Психология 1999: Психология. – Москва.

Трофимова 2004: **Трофимова, Г. Н.** Языковой вкус Интернет-эпохи в России:

Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. Дисс. ... докт. филолог. наук. – Москва. – 460 с.

Будаев, Чудинов 2006: **Будаев, Э. В., Чудинов, А. П.** Метафора в политическом интердискурсе. – Екатеринбург. – 214 с.

Шейгал 2004: **Шейгал, Е. И.** Семиотика политического дискурса. – Москва.

Шилов 2005: **Шилов, А. А.** Медийные ресурсы Интернета: проблемы эволюции. Автореф. ... канд. дисс. – Краснодар. – 20 с.