**М.Р. Желтухина (Волгоград)**

**Волгоградский государственный социально-педагогический университет**

**ПРАГМАТИКА ПОЛИТИЧЕСКИХ МЕДИАСТРАХОВ**

Политический страх понимается как эмоция, возникающая в ситуации политической угрозы внутри одного государства или в международной сфере. Анализ современных российских и американских массмедиа показал, что существуют три основные разновидности страха: страх реальный, страх невротический и страх совести. Тематические классификации страхов основаны на выделении объекта или субъекта страха, сферы его реализации: социальные, политические, экономические, бытовые, деловые, педагогические и пр. страхи. В данном докладе рассмотрим выявленные в процессе исследования следующие основные **виды политического страха**: ***1) политический страх государства***, ***2) политический страх адресанта/политика***.

Политический страх государства раскрывается в страхе войны, терроризма и конкуренции. Установлено, что страх государства перед мощью другого государства определяет и внешнюю, и частично внутреннюю политику. Например, американские СМИ рассматривают Китай как соперника, в то время как отношение к Ирану, выраженное в американских СМИ, содержит больше отрицательной информации (негативная оценочная лексика, военная метафора, эпитеты и т.п.), а российские СМИ чаще говорят об Иране, как о партнере. Если в российских СМИ Америка описывается как партнер, страна, с которой у нас есть много общего, в том числе, цели (поддержание безопасности, противодействие террористам и др.), то в американских СМИ Россия рассматривается как страна, которая не хочет сотрудничать, а только провоцирует супердержаву (метафоры, метонимии, сравнения, антиномии и др.).

Политический страх политика как адресанта отражает страх борьбы, страх разрушения гармоничных отношений, страх саморазоблачения политика. Проведенный анализ демонстрирует, что в вербализации страха борьбы политиками используются различные тактики агональной функции как основные методы воздействия на оппонентов: тактики угрозы, игнорирования, компрометации, ребячливости. Политики активно применяют стилистические средства манипуляции. Необходимо отметить, что в отличие от своих американских коллег российские политики чаще прибегают к модальности. Для сближения с оппонентом, а также с избирателями политиками реализуются такие тактики гармонизирующей функции, как тактика яркого выступления, тактика установления равноправия «сверху вниз», тактика установления связи «снизу вверх» и т.д.

Российские и американские СМИ указывают на тот факт, что страх перед потерей власти присущ каждому политическому деятелю. Но выражается этот страх по-разному в российских и американских массмедиа. Американские политики аргументируют свои опасения, страхи, дают более конкретные ответы на задаваемые вопросы, в их речи фигурирует больше цифр, предлагаются определенные планы действий на будущее, чтобы спастись, защититься перед конкретной угрозой как в локальном (например, внутри партии), так и в государственном масштабе. А в российских СМИ политики демонстрируют активное спокойствие за будущее страны, за будущее выборов (в основном дискуссии ради дискуссии в различных ток-шоу, в печатных и электронных СМИ) и, кроме поверхностных средств воздействия на адресата, не использует серьезных тактик, что свидетельствует об отсутствии реальных страхов («Единая Россия» уверена, что победит, «Справедливая Россия», «ЛДПР» и «КПРФ» убеждены, что не проиграют, а займут свои ниши).