Катермина Вероника Викторовна

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Доктор филол. наук, профессор, профессор кафедры английской филологии

[katermina\_v@mail.ru](mailto:katermina_v@mail.ru)

**ОБРАЗНОСТЬ В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

Средства массовой информации – «технологии и институты, через которые централизованно распространяется информация и другие формы символической коммуникации крупным, гетерогенным и географически рассеянным аудиториям; одна из существенных форм распространения и бытия массовой культуры» [Conboy 2010: 29]. Иными словами, это институты, занимающиеся “adaptation and distribution of information” («обработкой и распространением информации»), предназначенной для массовой аудитории [Lorimer, Scannell 1994: 11]. С помощью массовой коммуникации люди структурируют и обосновывают собственные убеждения и опыт. Масс-медиа предопределяют не только информационную осведомленность, но также повседневную жизнь и картину мира. Массовой коммуникацией может считаться то пространство, где люди создают и разделяют жизненные ориентиры, ценности и знания. Слово – не единственное, но наиболее доступное и действенное оружие политиков. То, что говорят и как говорят политические деятели, представляет интерес научного и прикладного характера. В широком понимании вся совокупность коммуникативных практик в политическом контексте представляет собой политический дискурс, и определение политического дискурса может охватывать вопросы власти, конфликта, контроля или доминирования. Язык фиксирует концептуальный мир человека, имеющий своим первоначальным источником реальный мир и деятельность в этом мире. Считается, что в сущности своей вся номинативная деятельность человека протекает в опоре на готовые и известные из предыдущего опыта знаки. Тем не менее особенности человеческой природы, заключающиеся в оценочной психологической ориентации, проявляются в так называемой избирательной заинтересованности, т. е. выделении одних объектов (или одних свойств, признаков, качеств, предметов) по сравнению с другими. Ученые называют метафору фундаментальным чувством, помогающим понимать мир, они говорят о метафоре как о средстве оформления реальности. Метафора предстает как ключ к пониманию основ мышления и процессов сознания национально-специфического видения мира [Арутюнова 1999]. План содержания метафоры, а также закрепленные за ней коннотации сами становятся знанием, то есть источником когнитивного освоения. Именно поэтому образно-мотивированные слова (метафоры) становятся экспонентами культурных знаков [Маслова 2001]. Рождение метафоры, как правило, связано с концептуальной системой носителей языка, с их стандартными представлениями о мире, с системой оценок, которые существуют в данной лингвокультуре и лишь вербализуются в языке.

Литература

Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.

Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001. 208 с.

Conboy M. The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives. London: Continuum, 2010. 184 p.

Lorimer R., Scannell P. Mass communications: a comparative introduction. Manchester: Manchester University Press, 1994. 318 p.