

# Праймериз в медиадискурсе: русский контекст

**Каминская Татьяна Леонидовна**

Д-р филол. наук, доцент, профессор, ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»

E-mail: tlkam1@mail.ru

В статье рассматривается российский медиадискурс со словом «праймериз». Актуальность исследования связана с тем фактом, что слово «праймериз» явилось весной 2016 г. словом текущего момента, признаки которого касаются трех аспектов существования слова – текстового, лексического и грамматического. Посредством контент-анализа и дискурс-анализа медиатекстов автор статьи показывает, как слово и понятие входят в реальную коммуникацию, в частности, в диалог журналиста с его адресатом (последний использует это слово в комментариях).

Процесс разворачивания дискурса в медиа представлен автором в виде схемы, причем по мере продвижения праймериз медиадискурс распадается на несколько подтем, и в каждом регионе образует свои минидискурсы. На различных этапах медиадискурс связан с различными жанрами и особенностями комментирования журналистских текстов.

Перспективы исследования связаны с поиском модели внедрения и адаптации новых политических практик в современную российскую действительность с помощью медийной коммуникации.

**Ключевые слова:** праймериз, медиадискурс, жанры, комментарии, оценочность, медиатизация политики.

## Primaries in Media Discourse: Russian Context

**Tatyana L. Kaminskaya**

Doctor of Philological Sciences, Professor of the Department «Political Science», Financial University under the Government of the Russian Federation

E-mail: tlkam1@mail.ru

The article describes the Russian media discourse with the word primaries. The relevance of the research is related to the fact that in spring 2016 the word primaries became the word of the moment, the characteristic features of which touch upon three aspects of the word existence – text, lexical and grammatical. Through content analysis and discourse-analysis of media texts the author shows how the word and the concept enter the real communication, in particular in the dialogue of a journalist with his addressee (the latter uses this word in the comments).

The process of unfolding the discourse in the media is presented in the form of a scheme by the author, and while primaries moving forward media discourse is divided into several sub-themes, and in each region it establishes its own mini-discourses. At various stages, media discourse is associated with different genres and journalistic texts commenting features.

The prospects for research are related to the search for a model of implementation and adaptation of new political practices into modern Russian reality with the help of media communication.

**Keywords:** primaries, media discourse, genres, comments, appraisal, mediatization policy.

Понятие «медиатизация политики», появившееся в конце XX в., дает право изучать именно коммуникативные процессы при внедрении новых политических практик и осуществления политических перемен. Как справедливо отмечает О.В. Третьякова, «...в настоящее время медиатизация политики яв-

ляется предметом междисциплинарного исследования <...> анализ процесса экспансии медиатехнологий в политическую сферу – одна из дискуссионных тем современной политической науки» [4, с. 68].

Слово «праймериз» до настоящего времени не включено в изданные российские толковые словари

и энциклопедии и фигурирует только в словаре иностранных слов 2007 г. с отсылкой к избирательному опыту США. Там понятие «праймериз» (англ. *primaries* – первоначальный, первичный), определяется как «первичные (предварительные) выборы для определения наиболее вероятных кандидатов на какие-либо выборные должности» [5, с. 533].

С 2007 г. понятие «праймериз» стали внедрять в российскую политическую практику, а в 2016 г. слово «праймериз», по критериям Т.В. Шмелевой, вышло на позицию ключевых слов текущего момента, иными словами, повсеместно, прежде всего в активно обсуждаемых медиа [7]. Это доказывает исследование таких медиаресурсов в их онлайн-версиях, как «Ведомости», «Новая газета», «Коммерсант», «Аргументы и факты», а также ряда региональных медиа. В каждом из обозначенных изданий события российского праймериз стали инфоповодом на протяжении только апреля-мая 2016 г. десятки раз. Это легко вычисляется с помощью поиска на страницах ресурсов по данному ключевому слову. Однако активно используемое в заголовках, в теги и рубрики слово попадало редко; вероятно, из-за все еще слабого знакомства с ним адресатов оно не является привлекательным в качестве активной ссылки.

В российских медиа слово «праймериз» образовало масштабный дискурс, включающий различные мидискурсы. Это произошло, в частности, из-за масштабности процесса, который в последние годы набрал обороты: если в 2007 г. по всей стране в предварительных выборах участвовало более 1200 человек, то в 2016 г. число участников увеличилось более чем вдвое. Процесс праймериз демонстрирует нам то, что политическая реальность, как это показано в диссертации Ю.В. Газинской на примере событий Украины [2], конструируется посредством речевых практик медиа.

Внедрение процесса праймериз в предвыборную повседневность в связи с несклоняемостью вызывает, во-первых, трудности с использованием у авторов текстов, и, во-вторых, необходимость вновь сопровождать слово объяснениями. Пример неустоявшегося употребления с точки зрения грамматики – число: одни медиаресурсы употребляют слово «праймериз» во множественном числе, другие – в единственном: «Сами праймериз, которые пройдут 22 мая, будут тайными и рейтинговыми. Подробнее на ТАСС»<sup>1</sup>. Поскольку праймериз – процедура неофициальная и в российском предвыборном законодательстве

никак не прописанная, у партийных кандидатов нет ограничений на предвыборную агитацию.

Во-вторых, заимствованное слово и политическая практика обязывает авторов медиатекстов использовать и сопутствующую лексику: «Куратор со спойлером явно недоработал, на мой взгляд»<sup>2</sup>.

Языковое и концептуальное заимствование по-разному может входить в реальную коммуникацию; в данном случае оно связано с глобализацией мира и унификацией социальных практик: произошла концептуальная добавка к восприятию выборов (мы осваиваем и термин, и стоящую за ним практику). Публичные политические дискурсивные практики получили распространение и в последние два года активно институализируются. Поскольку официальная повестка дня задается партией парламентского большинства – Единой Россией, она и возглавляет процесс институализации. Без активного участия медиа этот процесс сегодня невозможен. Более того, дискурс праймериз был изначально только медийный: в прессе всюду обсуждались кандидатуры и условия, тогда как во многих округах России были еще не озвучены адреса голосования, и избиратели всю информацию черпали только из прессы (наглядная агитация о месте и сроках предварительных выборов в привычных для нее местах отсутствовала).

Актуальность изучения предвыборного дискурса, как и в целом современной политической риторики, очевидна в связи с институализацией в нашем обществе публичных риторических практик подобного типа. В медиадискурсе праймериз обсуждается, с одной стороны, как новая риторическая практика, с другой – в связи с несовершенством данной практики.

В обсуждении по первому типу праймериз как новое явление получает положительные отклики экспертов (политологов и политтехнологов), а инициатива правящей партии – позитивную оценку за то, что она «нашла способ начать работу с избирателями раньше» [4, с. 54]. В целом, отмечается, что новая политическая практика «идет в плюс, на пользу. <...> Это эксперимент в реальном времени. Возможно, создание новой политической традиции» [4, с. 54]. Однако в начале апреля в медиадискурсе появляются заголовки типа «“Единая Россия” перетасовала депутатов и регионы»<sup>3</sup> и публикации о неразберихе в процессе: «Первый блин, как ему и положено, вышел комом. Некоторые кандидаты вообще забыли про мероприятие. Другие перепутали

<sup>1</sup> <http://special.tass.ru/politika/3206695>

<sup>2</sup> <http://www.novayagazeta.ru/politics/72675.html>

<sup>3</sup> КоммерсантЪ. URL: <http://kommersant.ru/doc/2955154> (дата обращения: 04.04.2016).

федеральную повестку с региональной, бросившись обсуждать разбитые дороги и неблагоустроенные дворы. Третьи почувствовали себя участниками популярных ток-шоу»<sup>4</sup>.

Разворачивание медиадискурса о праймериз осуществлялось по такому сценарию: ОБСУЖДЕНИЕ УСЛОВИЙ И ПРАВИЛ → ВЫДВИЖЕНИЕ УЧАСТНИКОВ и РАССТАНОВКА СИЛ → СООБЩЕНИЯ О САМИХ ДЕБАТАХ → ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ. Данный сценарий невольно формирует у адресата пошагово представление о процессе из политической реальности. Общее воздействие формируется за счет совокупности многочисленных текстов данного дискурса. Задают тон и разъясняют суть процесса в начале апреля правительственные периодика и сайты: «Не бояться конкуренции. Вячеслав Володин призвал регионы к открытым праймериз». Разъясняется, что правящая партия «делает особую ставку на праймериз и что это — свидетельство хорошей конкуренции»<sup>5</sup>.

На первых двух обозначенных выше этапах медиадискурса преобладают новостные жанры и жанр комментария с относительно нейтральными заголовками: «Владимир Путин попросил «Единую Россию» показать пример честной конкурентной борьбы на выборах»; «Единороссы распределились по округам»; ««Единая Россия» разобралась по округам и интересам»; «Велика Россия, а выдвигать некого»; ««Единая Россия» распахнула списки»; «“Единая Россия” выдвинет против оппозиции знаменитостей, журналистов и членов ОНФ». Интересно, что в это время идут параллельно два медиадискурса о праймериз разных стран — США и России, причем их пересечений в коммуникативной практике медиа практически не наблюдается. Дело обстоит и для авторов, и для комментаторов медиатекстов так, словно, это две параллельные реальности.

Как видно из предыдущих примеров, тема российского праймериз изначально распалась на несколько подтем — появление новых или привлечение широко известных персон (партийные списки), смена персоналий и предположения по развитию сценариев: «Экс-мэр Самары, возможно, не будет курировать праймериз в родном регионе»; «Вр.и.о. главы Забайкалья подала документы для участия в праймериз «Единой России»; “Председатель Госсовета Крыма Владимир Константинов передумал

участвовать в предварительном голосовании “Единой России”»; «РБК: в предвыборный список “Единой России” могут пригласить Станислава Говорухина»; «Экс-мэр Нижнего Новгорода Юрий Лебедев зарегистрирован на праймериз «Единой России»».

В этот период медиаресурсы предлагают собственную интригу, организуя на своих порталах интернет-праймериз. Интернет-голосования в СМИ, объявленная цель которых — выявить лидеров общественного мнения, зачастую «работают» на раскрутку самих медиаресурсов, повышая их посещаемость и комментируемость.

Этот момент отмечен комментариями, связанными с обсуждением конкретных фигурантов процесса. Тип современного комментирования медиатекстов рассмотрен нами прежде [3], следует лишь отметить, что основными темами комментариев о праймериз становились партия власти и фигуранты процесса, а не сама новая политическая практика: «Я видела его в дорогом костюме с покрашенными ногтями. Зато я его видела с собакой и пакетиком... и он в этот пакетик отходы собачьи складывает. Честно»; «У него мания величия и гипертрофированное чувство собственного достоинства»; «Такое ощущение, что этих клоунов выпустили, чтобы оттенить некоего другого кандидата, настоящего, который действительно будет поддержан Единой Россией. Иного объяснения этому действу я не нахожу...».

Когда процесс перешел в ситуацию реальных дебатов, в медиаполе появляются репортажи и даже такой редкий в сегодняшней прессе жанр, как фельетон; причем дискурс идет по нарастающей с точки зрения использования оценочности, эмоциональности и метафоризации. Особенно это характерно для оппозиционной прессы и медиаполя регионов, где близость журналистов и аудитории к политикам столь заметна, что дает возможность авторам медиатекстов и комментариев к ним использовать ироничную тональность и свои многочисленные знания из повседневности о выдвигенцах. Например, заголовки газеты «Новгородский портал» «Первые дебаты в рамках праймериз ЕДРА: предвзятый фоторепортаж»<sup>6</sup> одновременно указывает и на жанр, и на заданность оценки события. Событие представлено как театрализованное шоу, заранее подготовленное, однако скучное: «Тамадой на мероприятии был Дмитрий Вертков; В зале собрались в основном «люди в теме» — завсегда таи политтусовки; Группа из студентов и студенток (да, вы будете смеяться, но некоторые были «на Лабутенах» и в штанах)

<sup>4</sup> Московский комсомолец. URL: <http://www.mk.ru/politics/2016/04/04/sporit-zapreshhaetsya.html> (дата обращения: 04.04.2016).

<sup>5</sup> Российская газета. URL: <http://rg.ru/2016/04/06/reg-szfo/viacheslav-volodin-prizval-regiony-k-otkrytym-prajmeriz.html> (дата обращения: 06.04.2016).

<sup>6</sup> <http://portal.nov.ru/reportazh/item/6356-pervye-debaty-v-ramkah-prajmeriz-edra-predvzyaty-fotoreportazh.html>

синхронно хлопали после каждого выступления Александра Венедиктовича <...> Сами дебаты проходили довольно скучно, так что засыпающих в перерыве между аплодисментами студентов и даже зависающего в Айфоне «Сына Земли Новгородской» я, в принципе, понять могу...

Скучно талдычил о санкциях, трудностях, врагах и национализации Центробанка НОДовец Станислав Попов».

Процесс медиатизации политики называют также ее театрализацией, поэтому метафорика театра в текстах (персонажи, декорации), шоу, создание политиками образов, соотносящихся с образами привычных политических ток-шоу, оценки на оси «занимательно – скучно» – вполне объяснимы. Как справедливо отмечалось, «роль журналистики в парадигме «власть – общество» в новых условиях глобальных медиа – модерация и верификация пользовательского контента, организация диалогического процесса, <...> создание смыслов. При этом у всех участников коммуникации высока степень стремления к самовыражению» [1, с. 157].

Оценочность данного самовыражения – характерное свойство политического дискурса при любых политических режимах. Оценочная функция наряду с воздействующей, инструментальной (борьба за власть), функциями мифологизации и театрализации относится к основным функциям политического медиадискурса [2]. Оценочная лексика связана как с оценкой ситуации, так и с оценкой ее участников. Преобладание негативных оценок (в частности, иронической номинации) очевидно и проявляется преимущественно в комментариях. Можно привести в пример трансформацию номинации кандидата в

депутаты Госдумы от Новгородской области Дмитрия Игнатова, включившегося в праймериз со слоганом «Сын земли новгородской». Сначала в читательских комментариях, а затем и в журналистских текстах региона данный слоган трансформировался в ироническую номинацию самого кандидата: Сын земли новгородской – Стыдба земли Новгородской – наш сын. Региональный минидискурс про данного кандидата в рамках медиадискурса праймериз стал фиксироваться в подписях к фотографиям и в заголовочных комплексах: «“Сын Земли Новгородской” – что позволено Юпитеру и кто его прикрывает?»; На фото: губернатор Новгородской области, спикер Думы Новгородской области и Сын Земли Новгородской»<sup>7</sup>.

Таким образом, выделенные константы медиадискурса праймериз – это определения процесса праймериз как эксперимента, шоу, учебной практики; использование и разъяснение политической лексики, в том числе иноязычной: *кандидат в депутаты, голосование, выборы, спойлер*; театрализация дискурса, его оценочность, различные тропы и риторические фигуры, самой частотной из которых явились риторические вопросы: Кто победил – решат в высоких кабинетах? Участие не предусматривало победы? Тогда зачем вся эта показуха? Риторический вопрос...

Исследование данного медиадискурса позволяет заключить, что при внедрении в российскую действительность новых политических практик следует учитывать описанный дискурсивный сценарий медиатизации.

<sup>7</sup> Российская газета. URL: <http://rg.ru/2016/04/06/reg-szfo/viacheslav-volodin-prizval-regiony-k-otkryтым-prajmeriz.html> (дата обращения: 06.04.2016).

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бушев А. Глобальный медиадискурс и межкультурная коммуникация [Текст] / А. Бушев // Palmarium Academic Publishing. – 2016. – 393 с.
2. Газинская Ю.В. Конструирование политической реальности в русскоязычном медиадискурсе Украины [Текст]: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01 / Ю.В. Газинская. – Чита, 2014. – 199 с.
3. Каминская Т.Л. Аксиологическая полифония в интернет-коммуникации [Текст] / Т.Л. Каминская // Речевая коммуникация в средствах массовой информации: матер. II Междунар. науч.-практич. семинара, Санкт-Петербург, 17–19 апреля 2013 г.; под ред. В.В. Васильевой, В.И. Конькова. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2013. – С. 208–211.
4. Скоробогатый П. Конструктор политической реальности [Текст] / П. Скоробогатый // Эксперт. – 2016. – № 9. – С. 50–54.
5. Словарь иностранных слов 2007 года: свыше 21 000 слов [Текст] / отв. редакторы В.В. Бурцева, Н.М. Семенова. – 4-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз. 2007. – 817 с.
6. Третьякова О.В. Медиатизация правовой жизни общества: Pro et contra [Текст] / О.В. Третьякова // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – № 1. – С. 67–72.
7. Шмелева Т.В. Ключевые слова текущего момента [Текст] // Т.В. Шмелева // Colloquium. – 1993. – № 1. – С. 33–41.

## REFERENCES

1. Bushev, Aleksandr. *Global'nyy mediadiskurs i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [Global media discourse and intercultural communication]. Ralmarium Academic Publ., 2016. 393 p.
2. Gazinskaya Yu.V. *Konstruirovaniye politicheskoy real'nosti v russkoyazychnom mediadiskurse Ukrainy. Kand. Diss* [The construction of political reality in the Russian-language media discourse Ukraine. Kand. Diss]. Chita, 2014. 199 p.
3. Kaminskaya T.L. Aksiologicheskaya polifoniya v internet-kommunikatsii [Axiological polyphony in Internet communications]. *Rechevaya kommunikatsiya v sredstvakh massovoy informatsii : mater. II Mezhdunar. nauch.-praktich. seminara, Sankt-Peterburg, 17–19 aprelya 2013 g.* [Speech Communication in the media: mater. II International. scientific-Practical. Workshop, St. Petersburg, 17-19 April 2013]. St. Petersburg, S.-Peterb. gos. un-t, vyssh. shk. zhurn. i mas. Kommunikatsiy Publ., 2013, pp. 208–211.
4. Skorobogatyy P. Konstruktor politicheskoy real'nosti [Designer political reality]. *Ekspert* [Expert]. 2016, I. 9, pp. 50–54.
5. *Slovar' inostrannykh slov 2007 goda: svyshe 21 000 slov* [Dictionary of Foreign Words 2007: more than 21 000 words]. Moscow, Rus.yaz.M Publ., 2007. 817 p.
6. Tret'yakova O. V. Mediatizatsiya pravovoy zhizni obshchestva [Mediatization legal life obshchestva: Pro et contra]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki* [Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanities and Social Sciences]. 2011, I. 1, pp. 67–72.
7. Shmeleva T.V. Klyuchevye slova tekushchego momenta [Keywords current time]. *Sollegium* [Sollegium]. 1993, I. 1, pp. 33–41.