МЕДИАТЕКСТ: СТРУКТУРА, КОМПОЗИЦИЯ, ВЕКТОРЫ ОБНОВЛЕНИЯ

УДК 811.111'38:811.111'42

Культурологическая модальность в политическом медиадискурсе

С. В. Иванова

Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина,
Российская Федерация, 196605, Санкт-Петербург, Пушкин, Петербургское шоссе, 10

Для цитирования: Иванова, С. В. (2018). Культурологическая модальность в политическом медиадискурсе. *Медиалингвистика*, 5 (2), 199–209. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.204>

В статье вводится и рассматривается понятие культурологической модальности как одного из инструментов создания свойственного политическому медиадискурсу аксиологического контекста. Аксиологический контекст образуется на трех уровнях формирования текста, выступающего репрезентантом соответствующего дискурса: (1) на языковом уровне вербализации сообщения, (2) на дискурсивном уровне, формирующем сообщение, и наконец, (3) на культурологическом уровне, отвечающем за культурно-ценностный аспект сообщения. Культурологический уровень формирования информации представляет собой аксиологическое пространство, в рамках которого реализуется культурологическая модальность. Оценка, которую передает данный тип модальности, предполагает соотносительность объекта оценивания с общепринятыми для данного лингвокультурного сообщества культурно-ценностными нормами и ориентирами: при этом шкалирование по принципу «одобрить — не одобрить» осуществляется между полюсами «добро — зло». Запускным механизмом культурологической модальности выступают нашедшие выражение в тексте оценочные значения лингвокультурных знаков, соотносящиеся с ценностными установками той или иной лингвокультурной общности. Культурологическая модальность сопрягается с модальностью идеологической, которая генерируется на дискурсивном уровне формирования медиатекста, и культурными смыслами, которые порождаются на языковом уровне текстообразования. Создавая дополнительные очаги модализации, культурологическая модальность способствует повышению агональности политического медиатекста. Основное назначение культурологической модальности в политическом медиатексте состоит в идентификации своих и чужих и дистанцировании, дискредитации или демонизации чужих. Таким образом, культурологическая модальность представляет собой один из важнейших источников аксиогенности текстового целого.

Ключевые слова: политическая лингвистика, политический медиадискурс, культурологическая модальность, модализация, оценка, текст, культура, идентичность.

Постановка проблемы. Одним из основополагающих свойств политического дискурса является его агональность [Чудинов 2012: 63–66], которая предполагает радикальность мнений, полярность оценок, нарочитую заостренность выражений. Существующие в рамках политического дискурса медиатексты неизбежно несут на себе печать последнего. Такова уж природа дискурса, который, по утверждению В. Е. Чернявской, соответствующим образом систематизирует и упорядочивает использование языковых средств, и в результате они порождают особую идеологически и социально обусловленную ментальность [Чернявская 2017]. Будучи вербализованной и опосредованной языковыми знаками, идеологическая и социально обусловленная ментальность ведет к активизации в дискурсе и в тексте как его репрезентанте множественных очагов модализации. Эти точки напряжения с большим воздействующим потенциалом иррадиируют идеологические аксиосмыслы, что способствует реализации в тексте идеологической модальности, которая, согласно Л. Р. Дускаевой, актуализирует смысловую позицию адресанта [Дускаева 2004].

Вместе с тем идеологическая модальность, т. е. совокупность оценочных значений и отношений, которые базируются на политических взглядах [Марьянчик 2013: 16–17], далеко не единственный тип субъективной модальности, реализующейся в политическом дискурсе. Еще один тип модальности, характерный для политического медиадискурса, обусловлен этно- и социокультурной идентичностью автора, т. е. его принадлежностью к определенному лингвокультурному сообществу. В данном случае речь идет о модальности культурологической, которая связана с передачей субъективно-оценочного значения, базирующегося на оценке особого рода. Эта оценка дается с позиции ценностных ориентиров, разделяемых представителями той или иной лингвокультуры [Иванова 2017: 41].

Остановимся на особенностях реализации культурологической модальности в медиатексте политической направленности. Цель исследования состоит в выявлении механизма запуска и реализации культурологической модальности. Данная цель конкретизируется посредством постановки ряда вопросов, ответы на которые позволят дать более четкое определение рассматриваемого понятия и выявить языковые инструменты, которые задействованы при его вербализации в тексте. Во-первых, какова природа культурологической модальности текста? Во-вторых, каковы языковые маркеры культурологической модальности? В-третьих, какова связь между задействованными в тексте культурно-ценностными смыслами, реализующими культурологическую модальность, и идеологической позицией автора? Теоретической базой исследования служит текстоцентрическая теория модальности А. Г. Баранова [Баранов 1993], теория текстовой информации в интерпретации И. Р. Гальперина [Гальперин 2009] и общая теория лингвокультурологии, в той ее части, которая связана с передачей культурного компонента значения. Исследование проведено с использованием контекстуального анализа, метода лингвокультурного комментария, дискурс-анализа, прагматического анализа, а также дефинитивного анализа. Материалом статьи послужили публикации из текущей прессы США.

Теоретические предпосылки. Работа с анализом политического медиадискурса убеждает, что формирование информации репрезентирующего его текста происходит на трех уровнях: (1) языковом — как уровне вербализации сообщения, (2) дискурсивном, т. е. уровне, который подчиняет языковые инструменты своему

формату, и наконец, (3) культурологическом — уровне, отвечающем за культурно-ценностный аспект сообщения.

Именно последний из перечисленных уровней представляет интерес для нас. Неоспоримым представляется тот факт, что текст, в том числе и политический медиатекст, рождается в некоем культурном пространстве и, соответственно, в той или иной степени служит его отражением. Этот тип связи между текстом и культурой можно назвать внешним, и в определенном смысле его идентификация не представляет большой сложности для исследователя и интерпретатора. Однако культура проникает в текст и более сложным путем — через взаимодействие с различными аспектами языкового знака (семантика, синтактика, прагматика), которые отвечают за передачу культурно-ценностной информации. Кроме того, трансфер культуры в текстовое целое создается за счет транслируемых в нем культурных смыслов, которые как субъективная определенность возникают на почве культуры, представляющей собой систему ценностей [Иванова 2009: 110].

Исследователи подчеркивают, что язык, который является материалом для построения текста, характеризуется определенной ментальностью в том смысле, что он «представляет особый материал, отмеченный социальной активностью еще до того, как к нему прикоснулась рука художника» [Лотман 1997: 206]. Классик отечественной семиотики Ю. М. Лотман отмечает, что «структура языка представляет собой итог познавательного акта» [Там же: 207]. Соответственно, каждое слово, которым пользуется продуцент текста, уже представляет собой совокупность свойств, зафиксированных многими поколениями и фиксируемых в ежедневной практической деятельности. Наличие культурной памяти в слове в настоящее время принимается среди исследователей-лингвокультурологов и лингвокогнитологов как аксиоматическое утверждение. Таким образом, языковые единицы выступают драйверами культурных смыслов [Иванова, Чанышева 2014]. Благодаря языковым единицам в текст оказываются опосредованно вплетенными закрепленные в языковой картине мира многочисленные культурные контексты, сопряженные с культурно-ценностным пространством той или иной лингвокультуры [Иванова 2004]. В результате текст не только фиксирует языковой код, но и транслирует фрагменты мировидения нации. Текст приобретает то качество, которое М. М. Бахтин назвал «многоголосием».

Многоголосие текста, помимо всего прочего, предполагает субъективность, которая «манифестируется в соотносении текста с субъектами общения (автором и реципиентом) и проявляется в механизмах модализации» [Баранов 1993: 9]. В пространстве текста создаются очаги модализации, которые имеют источником выражение субъективного отношения и оценочных суждений [Egins 2004: 172]. Следовательно, модализация оказывается обусловленной субъективно-оценочным отношением, базирующимся и на ценностных ориентациях лингвокультурного сообщества. Соответственно, источниками модализации в таком случае могут выступать языковые единицы, передающие культурно-ценностную информацию, совмещенную со значением языковой единицы, а также единицы — носители «культурной памяти», способные порождать культурно-ценностные смыслы. И те, и другие являются знаками культуры. Вместе с тем, поскольку они выражены вербально, есть все основания именовать их лингвокультурными знаками (или знаками лингвокультуры) [Иванова 2009].

Единицы этой категории выступают в виде «интерпретирующей тенденции», о которой (вслед за Рутрофом) пишет И. Р. Гальперин [Гальперин 2009: 121]. В данном случае «интерпретирующая функция базируется на ценностных параметрах отражения действительности, проявляется через поведенческие ориентировки и регуляции, в основе которых лежит оценка или главная составляющая эмоций» [Дускаева, Краснова 2014: 53]. Лингвокультурные знаки помогают читателю интерпретировать текст, поскольку эксплицируют ценностные ориентиры продуцента текста. Культурологические маркеры, связанные с задействованными в тексте языковыми единицами, создают культурно-ценностное пространство текста и являются источниками модализации. Ценностность данного пространства обусловлена актуализирующейся за счет культурно-языковых знаков оценкой особого рода — оценкой, которая дается с точки зрения нравственно-эстетических ориентиров членов того или иного лингвокультурного сообщества [Зыкова 2014: 328]. Соответственно, речь в данном случае должна идти о культурологической модальности, которая предполагает одобрительную или неодобрительную оценку, получаемую объектом оценивания, если его образ действия и мыслей совпадает или не совпадает с общепринятыми в обществе культурными ценностями.

Обсуждение результатов исследования. Языковые единицы, а если быть точнее, лингвокультурные знаки, генерируют культурологическую модальность двумя способами. Во-первых, это производится за счет совмещенной со значением культурно-ценностной информацией, которая выражается в семантике, прагматике или синтактике языкового знака [Иванова 2004: 47]. Во-вторых, субъективно-оценочная модальность передается за счет смыслов, которые пресуппонируются языковыми единицами, поскольку они хранят в себе память предыдущих контекстов.

Запуск культурологической модальности осуществляется в соответствии с предложенной А. Г. Барановым цепочкой «ценность — оценка — модализация», в которой производится координация когнитивных, поведенческих и коммуникативных функций текста [Баранов 1993: 7]. Для демонстрации того, как производится модализация и реализуется культурологическая модальность, можно остановиться на лингвокультурном знаке *царь* в сравнении с его английским эквивалентом *czar*. Русская лексема *царь* либо используется как нейтральная единица, указывающая на официальный статус политического лица, либо функционирует в переносном смысле, предполагая величие, первенство: «1. Единовластный государь, монарх, а также официальный титул монарха; лицо, носящее этот титул. 2. перен., чего. Тот, кто безраздельно обладает чем-н., властитель (устар. и книжн.). *Ц. своей судьбы, Ц. моей души*. 3. перен; кого-чего. О том, кто (что) является первым, лучшим среди кого-чего-н. *Дуб — ц. лесов. Лев — ц. зверей*. 4. царь-. В сочетании с другим существительным характеризует кого-, что-н. как нечто выдающееся среди других подобных (устар. и разг.). *Ц.-колокол. Ц.-пушка. Ц.-рыба. Ц.-ягода. Ц.-танк* (огромный танк, построенный в России в 1916 г.).* *При царе Горохе* (разг. шутол.) — очень давно. *Царь в голове* у кого или с *царем в голове* кто (устар.) — о том, кто умен, сообразителен. *Без царя в голове* кто (разг.) — о том, кто глуп, взбалмошен. *Царь и бог* кто где — о том, кто безраздельно господствует, царит (во 2 знач.), выше, важнее всех. *Лесной царь* — сказочное существо, владыка леса» [Толковый словарь Ожегова]. Более того, царь может быть наделен в русской лингвокультуре такими чертами, как милосердие, великодушие, величавость (царь-батюшка). Та-

ким образом, в русском языковом сознании *царь*, скорее всего, отмечен положительным знаком оценочности и, соответственно, вызывает одобрение. Будучи использованной в тексте, данная лексема может выступать источником модализации и соотноситься с положительной оценкой.

В английской лингвокультуре *czar* (прежде всего в политическом дискурсе) выступает исключительно как триггер отрицательной оценки. Положительные контексты с этим лингвокультурным знаком в английской политической лингвокультуре маловероятны, хотя его дефиниция в Merriam Webster не эксплицирует отрицательных коннотаций: “1: Emperor, specifically: the ruler of Russia until the 1917 revolution, 2: one having great power or authority: a banking czar” [Merriam Webster]. Тем не менее наличие большой власти с точки зрения западной политической культуры и такая характеристика, как авторитарность, обуславливают отрицательный ценностный смысл, который потенцирует данная лексема, будучи употребленной в тексте. Ярким доказательством этого служит ее использование в политическом дискурсе для реализации дискурсивной практики демонизации [Иванова 2016]. Для носителей американской политической культуры царь *per definitionem* не может быть хорошим, как не может быть хорошим и то сообщество, которое порождает такие политические фигуры. На этом построена вся статья Дж. Микалефа (Joseph V. Micallef), опубликованная онлайн-ресурсом «Хаффингтон Пост» [Micallef 2015]. Суть статьи состоит в том, чтобы донести до англоязычного читателя, кто такой царь в русской лингвокультуре, почему данное понятие живо в языковой картине мира русскоязычного человека и кто может претендовать на этот статус сейчас. Журналист объясняет, что царь в русском языковом сознании — это батюшка, который следит за благополучием своего народа и озабочен проблемами своих подданных (*The tsar was supposed to be like a little father to his people, expressing interest in their welfare and concern about their problems*). Даже определение «грозный», делится наблюдением журналист, отнюдь не ведет к однозначной отрицательной оценке, а как раз наоборот — означает представительного, нереального в своей силе персонажа (*an imposing, larger than life character*). Тем не менее Запад не может принять поведенческие модели, которые вписываются в данный типаж: действия, которые может себе позволить царь, лежат за гранью допустимого для других мировых лидеров (*Acts that would certainly be considered off limits to other world leaders*). Россияне же, констатирует автор, ищут в своем политическом лидере именно эти качества (*Putin may be a child of the KGB but he is also a son of mother Russia and he has an uncanny knack for knowing what characteristics Russians want to see in their leaders* / Путин, возможно, и дитя КГБ, но он также и сын матери России, а потому тонко чувствует, какие черты хотят увидеть россияне в своем лидере). Совершенно очевидно, что запущенная при помощи данного лингвокультурного знака культурологическая модальность служит инструментом противопоставления и отчуждения культуры и страны, социальные практики которой невозможно уложить на оценочной шкале со знаком плюс. Автор реализовал идеологическую установку на дистанцирование и отчуждение.

Стоит отметить одно интересное свойство лингвокультурных знаков: любой из них, будучи носителем обусловленных культурной памятью культурно-ценностных смыслов, может запускать культурологическую модальность. Наряду с выделением самих единиц, способных реализовывать культурологическую модальность,

интерес представляют случаи их дискурсивной адаптации, в результате анализа которой представляется возможным выявить конечную цель реализации данного типа модальности. В этом отношении довольно иллюстративным примером является статья Л. МакФаркухар (Larissa MacFarquhar) *Where the Small-Town American Dream Lives On / Где живет американская мечта маленького городка* из журнала «Нью Йоркер» (за 13 ноября 2017). Вслед за инаугурационной речью Дональда Трампа, в которой он наряду со многими другими знаковыми политическими мифами упомянул американскую мечту, в прессе США появились статьи, в которых авторы упрекали 45-го президента США в неверной трактовке сакраментального для американской культуры понятия, увидев его акцент на материальной составляющей американской мечты. В пику своему президенту журналисты, поддерживающие оппонирующие ему политические силы, пытались вскрыть первоначальное значение данной единицы, ту культурную информацию, которая закреплена за ней. Не стал исключением в этом отношении и вышеупомянутый журнал. Раскрывая, что же представляет собой американская мечта, в одном из пассажей Л. МакФаркухар, автор публикации, обращается к идее мобильности и объясняет, что мобильность всегда была отличительной чертой американцев, что она звала их покорять неизведанное, именно она позволила поднять и уравнивать доходы ее жителей, в отличие от оседлых европейцев: *In most places on earth, staying is the norm. Mobility is regarded with ambivalence: leaving is turnover; it weakens families and social trust. But in America, a country formed by the romance of the frontier and populated mostly by people who had left somewhere else, leaving has always been the celebrated story — the bold, enterprising, properly American response to an unsatisfactory life at home. Americans were for a long time the most mobile people in the world, and this geographic mobility drove America's economy, and its social mobility as well. Because Americans moved for work, mostly from poor areas to richer ones, after 1880 incomes around the country steadily converged for a hundred years* [MacFarquhar 2017]. Мобильность, желание покинуть насиженное место связано с романтикой фронта (the romance of the frontier) и является дерзким, предприимчивым и по-настоящему американским ответом на стабильную, но переставшую приносить удовлетворение жизнь в родном гнезде (the bold, enterprising, properly American response to an unsatisfactory life at home). Чуть далее по отношению к идее мобильности автор использует перифраз *restless dynamism* («беспокойный динамизм»), который раскрывает дополнительные смысловые грани понятия *mobility*.

Приведенный отрывок наглядно иллюстрирует принцип актуализации культурологической модальности по схеме А.Г. Баранова: **ценность — оценка — модализация**. В центре внимания данного сверхфразового единства находится такая **ценность** американского лингвокультурного сообщества, как мобильность. Она вызывает одобрение, что подтверждается задействованными при ее описании прилагательными с эксплицированной положительной **оценкой** и подкрепляется фактами объективной реальности. В результате генерируется очаг **модализации**, отвечающей за реализацию культурологической модальности: мобильность вызывает одобрение, такой тип поведения определяется как по-настоящему американский, и его правильность доказана самой жизнью, о чем свидетельствует факт выравнивания доходов по всей стране. Другое, оседлое, поведение надо понимать как неамериканское (*But Americans are not moving as much as they once did / Но американцы перестали так часто менять свое место жительства*), а значит, вызывающее

неодобрение (мы, настоящие американцы, так не делаем, у нас, настоящих американцев, это не принято), оно характеризует чужих, а потому вызывает тревогу (*All of this has set off sounds of alarm. Why aren't people leaving to find work, or better lives, as they used to? / Все это навеивает тревогу. Почему люди не переезжают, чтобы найти хорошую работу или лучшую жизнь, как это было раньше?*).

Но самое интересное происходит далее, когда данная культурная ценность интерпретируется сообразно смысловой позиции автора и в соответствии с законами политического дискурса. Автор совершенно поразительным и необыкновенным образом связывает изменение в социальной поведенческой модели американцев с поддержкой ими Трампа и его ценностей (*attachment to home has come to look like a Trumpian value*). Оказывается, они стали меньше передвигаться потому, что это передвижение получило политический подтекст и вызывает подозрение в том, что ты иммигрант, беженец или принадлежишь к элите глобализированного мира (*Since the 2016 election, staying has taken on a political cast as well. Because suspicion of those who move around — immigrants, refugees, globalized élites — is associated with voting for Trump*). С точки зрения автора, те, кто голосовал за Д. Трампа, — ненастоящие американцы, ведь от них далеки идеалы основателей Америки, подвижников, смело толкающих линию фронта. Указание на прерывание культурной традиции (предпочтение оседлого образа жизни) производится в свете идеологической позиции продуцента текста (Трамп — не наш кандидат). В результате модализация приобретает множественный характер, проходя по нескольким уровням формирования информации текста: идеологическая модальность оказывается доминирующей, она определяет нужное направление культурно-ценностного вектора (ценности Трампа и его электората — не наши исконные американские ценности).

Интересно то, что модализация может быть связана с единицами, которые не должны в обыкновенном случае выражать оценку и, соответственно, способствовать модализации. Однако в данном отношении нельзя не напомнить, что, как отмечают исследователи, в политическом медиадискурсе «важен не столько даже фактор значения слова, сколько его иллокутивная сила — эффект значимости, выделенности образованного смысла» [Дускаева, Краснова 2014: 56]. В качестве примера можно привести слова В.В. Путина из его выступления на экономическом форуме в Петербурге (2014), когда он прокомментировал введение Западом санкций в отношении некоторых российских граждан: *Но пока все санкции сводятся к тому, чтобы выбрать из моего личного окружения каких-то близких мне людей и, как у нас в кругах интеллигенции говорят, “уконтрапунить” как следует, то есть наказать непонятно за что. Я бы на их месте давно подал в суд. Они не имеют отношения к событиям на Украине, в Крыму. И выбрали, как специально, двух евреев и одного хохла. Как издеваются* [«Выбрали двух евреев и хохла» 2014].

Этнонимы (евреи и хохол), которые упомянул президент, стали предметом критических замечаний зарубежных журналистов. В использованных номинациях западные журналисты усмотрели неоднозначность отрицательного свойства (*He also made a weird allusion to “two Jews and a Ukrainian” when discussing the members of his inner circle who have been targeted for sanctions by the West* [Putin Asks Ukraine 2014]), охарактеризовав высказывание как *weird* (“strange, unusual” [Merriam Webster]). Другое западное издание еще более прозрачно выразило свою позицию неодобрения, объяснив, что слово *хохол* используется уничижительно по отношению

к представителям украинского народа (*In fact, he used the word “hohol” — a derogatory term for Ukrainian people* [Lost in translation 2014]).

Данный случай требует анализа с точки зрения выражения культурологической модальности. Комментарий необходимо начать с более спорной лексемы *хохол*. В словаре С. А. Кузнецова эта вокабула имеет помету «разг.», что позволяет ее использовать в разговорном стиле без боязни кого-то унижить. Действительно, дополнительно к этому в скобках имеется помета «первоначально уничижительное» [Большой толковый словарь 2004: 1453]. Идеологическая позиция иностранного журналиста по отношению к российскому президенту обуславливает однозначность трактовки им словоупотребления В. В. Путина. Журналист видит только отрицательную оценочность, заложенную в этнониме *хохол*. Допуская, что данная лексема может быть использована уничижительно в силу своей исторической памяти (на что указывает слово «первоначально»), необходимо отметить, что есть достаточные основания полагать, исходя из контекста ситуации (разговор о друзьях), что, скорее всего, речь идет о разговорном стиле, в котором данная лексема лишена уничижительности, что и подтверждает словарь. Подтверждением такого хода мыслей является второй из использованных этнонимов, *два еврея*. В Большом толковом словаре русского языка указано, что евреи — это «общее этническое название народностей, исторически восходящих к одному из древних народов семитской языковой группы; лица, относящиеся к этим народностям» [Большой толковый словарь 2004: 293]. Ни один словарь не фиксирует отрицательных коннотаций, связанных с этим словом. Однако власть дискурса сильнее власти слов. Политический дискурс позволяет нагружать языковой знак смыслами, которые привносятся сообразно идеологической установке создателя политического медиатекста. Соответственно, под влиянием идеологической позиции журналисты находят странные, непривычные и даже уничижительные смыслы там, где их может не быть вообще или они весьма спорны. В этой связи надо отметить, что лингвокультурные знаки с обозначением этнической принадлежности легко прирастают положительными или отрицательными смыслами [Иванова 2016: 33]. Совершенно очевидно, что политический дискурс в силу присущей ему агональности наделяет знаки, вовлеченные в формирование его контента, свойствами, благодаря которым они начинают генерировать нужные адресанту оценочные смыслы. Идеологическая нагруженность смыкается с культурологической модальностью и каузирует множественные очаги модализации, которые многократно усиливают воздействующий потенциал политического медиатекста.

Таким образом, культурологическая модальность, реализуемая посредством лингвокультурных знаков, содержащих в себе оценочные семы или способных передавать смыслы, напрямую связанные с культурно-ценностным пространством той или иной лингвокультурной общности, является тонким и безотказно действующим инструментом воздействия. Передавая ценностные параметры отражения действительности с точки зрения той или иной лингвокультуры, культурологическая модальность способствует выражению субъективно-оценочных смыслов, соотносенных с идеологической позицией продуцента текстового сообщения.

Литература

- Баранов, А. Г. (1993). *Функционально-прагматическая концепция текста*. Ростов-н/Д.: Изд-во Ростов. университета.
- «Выбрали двух евреев и хохла»: Путин рассказал о друзьях, попавших под санкции. *NTV*. 23.05.2014. Электронный ресурс <http://www.ntv.ru/novosti/984616/>.
- Гальперин, И. Р. (2009). *Текст как объект лингвистического исследования* М.: ЛИБРОКОМ.
- Дускаева, Л. Р. (2004). *Диалогическая природа газетных речевых жанров*. Автореф. ... дис. д-ра филол. наук. Пермь.
- Дускаева, Л. Р., Краснова, Т. И. (2014). Интенциональность и модализация медиатекста в контексте культуры (опыт обобщения). *Политическая лингвистика*, 3 (49), 51–57.
- Зыкова, И. В. (2014). *Роль концептосферы культуры в формировании фразеологизмов как культурно-языковых знаков*. Дис. ... д-ра филол. наук. М.
- Иванова, С. В. (2004). *Лингвокультурология и лингвокогнитология: сопряжение парадигм*. Уфа: РИО БашГУ.
- Иванова, С. В. (2009). Культурный знак и культурный смысл в лингвокультурологических исследованиях. *Единицы языка в когнитивно-семантическом и лингво-культурологическом аспектах. Сб. науч. статей. Ч. I*, 108–121.
- Иванова, С. В. (2016). Лингвистическая ресурсная база информационной войны: создание эффекта демонизации. *Политическая лингвистика*, 5, 28–37.
- Иванова, С. В. (2017). Дискурсивная адаптация культурно-обусловленных языковых знаков в политическом дискурсе СМИ (на материале политического массмедийного дискурса США). *Политическая лингвистика*, 1 (61), 31–42.
- Иванова, С. В., Чанышева, З. З. (2014). Семантика и прагматика языкового знака как драйверы культурности. *Вестник РУДН. Серия «Лингвистика»*, 4, 153–164.
- Кузнецов, С. А. (2004). *Большой толковый словарь русского языка*. СПб.: Норинт.
- Лотман, Ю. М. (1997). Семантика культуры и понятие текста. *Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. Под ред. В. П. Нерознака*, 202–212.
- Марьянчик, В. А. (2013). *Аксиологическая структура медиаполитического текста (лингвостилистический аспект)*. Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Архангельск.
- Толковый словарь Ожегова онлайн*. Электронный ресурс <http://slovarozhegova.ru/>.
- Чернявская, В. Е. (2017). *Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия*. Учеб. пособие, 3-е изд., стер. М.: Флинта.
- Чудинов, А. П. (2012). *Политическая лингвистика*. Учеб. пособие, 4-е изд. М.: Флинта; Наука.
- Eggin, S. (2004). *An Introduction to Systemic Functional linguistics*. 2nd ed. New York; London: Continuum.
- Lost in translation: Vladimir Putin's peculiar sense of humor. *MarketWatch*. 23.05.2014. Электронный ресурс <http://blogs.marketwatch.com/themargin/2014/05/23/lost-in-translation-vladimir-putins-humor/>.
- MacFarquhar, L. Where the Small-Town American Dream Lives On. *The New Yorker*. 13.11.2017. Электронный ресурс <https://www.newyorker.com/magazine/2017/11/13/where-the-small-town-american-dream-lives-on>.
- Merriam Webster*. Электронный ресурс <https://www.merriam-webster.com/dictionary/>.
- Micallef, J. V. Putin the Terrible: Understanding Russia's New Tsar. *Huffpost*. 10.03.2015. Электронный ресурс http://www.huffingtonpost.com/joseph-v-micallef/putin-the-terrible-unders_b_8200544.html.
- Putin Asks Ukraine: Where Is Our Money? *The Atlantic*. 23.05.2014. Электронный ресурс <https://www.theatlantic.com/international/archive/2014/05/putin-speech-ukraine-spief-2014/371491/>.

Статья поступила в редакцию 5 февраля 2018 г.;
рекомендована в печать 26 февраля 2018 г.

Контактная информация:

Иванова Светлана Викторовна — д-р филол. наук, проф.; svet_victoria@mail.ru

Culturological modality in political media discourse

Svetlana V. Ivanova

Pushkin Leningrad State University,

10, Peterburgskoe sh., Pushkin, St. Petersburg, 196605, Russian Federation

For citation: Ivanova, S. V. (2018). Culturological modality in political media discourse. *Media Linguistics*, 5 (2), 199–209. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.204> (In Russian)

The article introduces and discusses the notion of cultural modality as one of the instruments of forming a peculiar axiological context of political mass media discourse. Axiological context is formed on three levels of information structure of the text which represents the discourse under study: (1) the level of the language verbalization of the message, (2) discursive level formatting the message, and (3) cultural level aimed at translating cultural values and norms into the text. The cultural level is an axiological space within which cultural modality is realized. The evaluation, which this type of modality renders, involves the correlation of the object of assessment with cultural norms accepted in this or that linguistic and cultural community: at the same time scaling “to approve — to disapprove” is performed between the poles of good and evil. Cultural modality is triggered by evaluation markers which explicate value vectors of a particular linguistic and cultural community. Cultural modality is inevitably aligned with ideological modality, which is generated at the discursive level of the formation of the media text, on the one hand, and cultural meanings that are generated at the linguistic level of text formation, on the other. Creating new sources of modalization, cultural modality contributes to agonality of the text. The main purpose of cultural modality in political media texts is to identify us and them, distance oneself from them, discredit or even demonize them. Thus, cultural modality is one of the most important axiogenic sources of the text as a whole.

Keywords: political linguistics, political discourse, cultural modality, modalization, evaluation, text, culture, identity.

References

- Baranov, A. G. (1993). *Funktsional'no-pragmaticheskaya kontseptsiya teksta* [Functional and pragmatic concept of the text]. Rostov-na-Donu: Izd-vo Rostov. universiteta. (In Russian)
- Bol'shoi tolkovyi slovar' russkogo iazyka [Big explanatory dictionary of Russian language]. (2004). Compiler and editor S. A. Kuznetsov. St. Petersburg: Norint. (In Russian)
- Cherniavskaya, V. E. (2017). *Diskurs vlasti i vlast' diskursa: problemy rechevogo vozdeystviya: ucheb. posobie* [The discourse of power and the power of discourse: problems of speech influence: tutorial]. 3rd ed., ster. Moscow: Flinta. (In Russian)
- Chudinov, A. P. (2012). *Politicheskaya lingvistika: ucheb. posobie* [Political linguistics: tutorial]. 4th ed. Moscow: Flinta, Nauka. (In Russian)
- Gal'perin, I. R. (2009). *Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya* [The text as an object of linguistic research]. Edited by G. V. Stepanov. 7th ed. Moscow: LIBROKOM. (In Russian)
- Duskaeva, L. R. (2004). *Dialogicheskaya priroda gazetnykh rechevykh zhanrov: avtoref. ... dis. d-ra filol. nauk* [The dialogical nature of newspaper speech genres. PhD thesis]. Perm'. (In Russian)
- Duskaeva, L. R., Krasnova, T. I. (2014). Intentsional'nost' i modalizatsiya mediateksta v kontekste kul'tury (opyt obobshcheniya) [Intentionality and modalization of media texts in the context of culture (the experience of generalization)]. *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics], 3 (49), 51–57. (In Russian)
- Eggs, S. (2004). *An Introduction to Systemic Functional linguistics*. 2nd ed. New York, London: Continuum.
- Ivanova, S. V. (2004). *Lingvokul'turologiya i lingvokognitologiya: sopriazhenie paradig* [Cultural linguistics and linguistic culturology: pairing paradigms]. Ufa: RIO BashGU. (In Russian)
- Ivanova, S. V. (2009). Kul'turnyi znak i kul'turnyi smysl v lingvokul'turologicheskikh issledovaniyakh [Cultural sign and cultural meaning in linguistic and cultural studies]. *Edinitsy iazyka v kognitivno-semanticheskom i lingvo-kul'turologicheskom aspektakh* [Units of language in the cognitive-semantic and

- linguistic and cultural aspects]. *Collection of scientific articles. Edited by R. Z. Muriasov, 1*, 108–121. (In Russian)
- Ivanova, S. V. (2016). Lingvisticheskaia resursnaia baza informatsionnoi voyny: sozdanie efekta demonizatsii [Linguistic resource base of information warfare: creation of the effect of demonization]. *Politicheskaiia lingvistika [Political linguistics]*, 5, 28–37. (In Russian)
- Ivanova, S. V. (2017). Diskursivnaia adaptatsiia kul'turno-obuslovlennykh iazykovykh znakov v politicheskom disкурse SMI (na materiale politicheskogo massmediinogo disкурsa SSHA) [Discursive adaptation of culturally based linguistic signs in the political discourse of the media (on a material of mass media political discourse of USA)]. *Politicheskaiia lingvistika [Political linguistics]*, 1 (61), 31–42. (In Russian)
- Ivanova, S. V., Chanysheva, Z. Z. (2014). Semantika i pragmatika iazykovogo znaka kak draivery kul'turonosnosti [Semantics and pragmatics of the linguistic sign as drivers of culture delivery]. *Vestnik RUDN. Seriya «Lingvistika» [Bulletin RUDN. Linguistics]*, 4, 153–164. (In Russian)
- Lost in translation: Vladimir Putin's peculiar sense of humor. *MarketWatch*. 23.05.2014. Retrieved from <http://blogs.marketwatch.com/themargin/2014/05/23/lost-in-translation-vladimir-putins-humor/>.
- Lotman, Ju. M. (1997). Semantika kul'tury i poniatie teksta [The semantics of culture and the notion of text]. *Russkaia slovesnost'. Ot teorii slovesnosti k strukture teksta. Antologiya [Russian linguistics. From the theory to the text structure]*. Edited by V. P. Neroznak, 202–212. (In Russian)
- MacFarquhar, L. (2017). Where the Small-Town American Dream Lives On. *The New Yorker*. 13.11.2017. Retrieved from <https://www.newyorker.com/magazine/2017/11/13/where-the-small-town-american-dream-lives-on>.
- Mar'ianchik, V. A. (2013). *Aksiologicheskaiia struktura mediapoliticheskogo teksta (lingvostilisticheskii aspekt): avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk [The axiological structure of media political text (linguistic and stylistic aspect): PhD thesis]*. Arhangel'sk. (In Russian)
- Merriam Webster. Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/>.
- Micallef J. V. Putin the Terrible: Understanding Russia's New Tsar. *Huffpost*. 10.03.2015. Retrieved from http://www.huffingtonpost.com/joseph-v-micallef/putin-the-terrible-unders_b_8200544.html.
- «Vybrali dvuh evreev i hohla»: Putin rasskazal o druž'jah, popavshih pod sanktsii [“Chose two Jews and Ukrainians”: Putin told about the friends who got under sanctions]. *NTV*. 23.05.2014. Retrieved from <http://www.ntv.ru/novosti/984616/>.
- Tolkovyi slovar' Ozhegova onlain. [Ozhegov's dictionary onlain]. Retrieved from <http://slovarozhegova.ru/>. (In Russian)
- Putin Asks Ukraine: Where Is Our Money? *The Atlantic*. Retrieved from <https://www.theatlantic.com/international/archive/2014/05/putin-speech-ukraine-spieg-2014/371491/>.
- Zykova, I. V. (2014). *Rol' kontseptsfery kul'tury v formirovanii frazeologizmov kak kul'turno-iazykovykh znakov. Dis. ... d-ra filol. nauk [The role of the concept sphere of culture in the formation of phraseological units as a cultural and linguistic signs. PhD thesis]*. Moscow. (In Russian)

Received: February 5, 2018

Accepted: February 26, 2018

Author's information:

Svetlana V. Ivanova — Dr. Sci. in Philology, Professor; svet_victoria@mail.ru