

## СТЕРЕОТИП В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В статье рассматривается стереотип – одна из ментальных категорий – в его отношении к публицистическому дискурсу.

*Ключевые слова:* фрейм, стереотип, дискурс, американская публицистика.

Цель настоящей статьи двойка: с одной стороны, работа направлена на обоснование лингвокогнитивного подхода к категории стереотипа и выработку его определения, с другой – на иллюстрацию стереотипов о России на материале американского публицистического дискурса и методики их организации в структуру концепта и дискурса.

Рассмотрим, как определяются в современной науке понятия *дискурс* и *стереотип*. «Термин “дискурс” на языке современной гуманитарной науки означает устойчивую, социально и культурно определенную традицию человеческого общения» [Силантьев, 2010. С. 78]. Дискурс определяется и как «речь, погруженная в жизнь» [Арутюнова, 1998. С. 137], и с помощью формулы ‘подъязык + текст + контекст’ [Шейгал, 2004. С. 16], и как общение посредством текста [Карасик, 2009], и как «текст в его становлении перед мысленным взором интерпретатора» [Демьянков, 2005]. Основные дискуссии идут в направлении выяснения вопроса о том, понимать ли дискурс как устное общение в определенной «социально-исторической ткани» [Серио, 1999. С. 12–54] (в таком случае важным становится определить отношение понятия *речь* к понятию *дискурс*), либо как «совокупность тематически соотношенных текстов: тексты, объединяемые в дискурс, обращены так или иначе к одной общей теме» [Чернявская, 2006. С. 76]. В таком случае «содержание (тема) дискурса раскрывается не одним отдельным

текстом, но интертекстуально, в комплексном взаимодействии многих отдельных текстов» [Там же. С. 76], и возникает необходимость сопоставлять или отождествлять понятия *речь* и *текст*. На наш взгляд, включение в парадигму понятий *актуальное высказывание* и *потенциальное высказывание* [Силантьев, 2004. С. 79] снимает указанные противоречия.

Мы придерживаемся (интер)текстуального подхода к дискурсу и при анализе места стереотипа в дискурсе отталкиваемся от следующих мнений ведущих ученых. «Одной из наиболее плодотворных и относительно новых исследовательских парадигм в политической лингвистике является когнитивный подход, позволяющий от описания единиц и структур дискурса перейти к моделированию структур сознания участников политической коммуникации. Моделирование когнитивной базы политического дискурса осуществляется через анализ фреймов и концептов политического дискурса, метафорических моделей и стереотипов, лежащих в основе политических предубеждений... Политическое общение всегда идеологизированно, поскольку коммуниканты выступают в нем не как личности, представляющие самих себя, а как представители институтов и политических групп. Под идеологией понимается система принципов, лежащая в основе групповых знаний и мнений, основанная на групповых ценностях. Обусловленные идеологией менталь-

ные схемы субъектов политического общения определяют их вербальное поведение, в частности стратегии и риторические приемы, импликации и пресуппозиции, речевые ходы и тематическую структуру дискурса» [Шейгал, 2004. С. 10]. Помимо этого для нас важно и то, что «в многогранной реальности жизни, в ее разносторонних публичных и частных сферах мы являемся активными участниками различных и многих дискурсов – обиходного, официального, образовательного, научного, политического, публицистического, религиозного, эстетического и др. [Там же, 2010. С. 78]. Газета, тексты которой являются языковой формой существования публицистического дискурса, демонстрирует наличие в них «дискурсивных взаимодействий» [Силантьев] разных дискурсов: одной политической идеологии с другой, русской культуры с американской (в рамках межкультурной коммуникации), юристов с обывателями, рекламодателей с обывателями и т. д. Это важно для нас постольку, поскольку каждый из включенных в публицистический дискурс поддискурсов «предоставляет» конкретному публицистическому тексту свой набор дискурсивных знаков, создавая тем самым новые конфигурации дискурсивных связей и новые глубинные смыслы.

В социологии, культурологии, психологии, лингвистике авторами подчеркивается, что в основе стереотипа лежат упрощенные и схематизированные образы или представления, выработанные в процессе социализации и обладающие такими характеристиками, как эмоциональность, оценочность, устойчивость, аксиоматичность и способность воздействовать на поведение и оценки людей в определенных обстоятельствах (В. С. Агеев, А. К. Байбуурин, Г. С. Батыгин, Н. Н. Богомолова, Т. Е. Васильева, Л. Г. Гулякова, А. И. Донцов, Г. В. Залевский, Е. А. Иванова, Е. Д. Павлова, В. Ф. Петренко, О. Ю. Семендяева, С. В. Силинский, Т. Г. Стефаненко). Стереотипы ассоциативны по своей природе. «Стереотипизация проявляется в том, что многие векторы ассоциаций можно предсказать» [Алимушкина, 2010. С. 14]. Они формируют некоторую упорядоченную совокупность представлений о той или иной сфере действительности и имеют институциональную поддержку. Лингвисты понимают под стереотипом «лингвоментальное образование, конструкт,

который сохраняется в сознании с помощью языкового знака» [Чернявская, 2006. С. 53]; «субъективно детерминированное представление предмета, в котором сосуществуют описательные и оценочные признаки и которое является результатом истолкования действительности в рамках социально выработанных познавательных моделей» [Бартминский, 1995]. В исследованиях, посвященных изучению стереотипов, стереотипом предлагается считать *совокупность* представлений о каких-либо субъектах или объектах действительности. Стереотип – это, как правило, *обобщенный* образ русского, китайца, мужчины, женщины и проч. «Стереотип – это характеристики, которые описывают членов социальных групп или категории, приписываются им или ассоциируются с ними» [Донцов, Стефаненко, 2008. С. 170]. Например, этнический автостереотип русских исследовался Т. А. Голиковой. По ее мнению, в этнический автостереотип русских входят такие характеристики, как беспечность, гостеприимство, доброжелательность, доброта, душевность, лень, общительность, отзывчивость, открытость, простота, пьянство, терпимость, трудолюбие, честность, отсутствие культуры, наглость, высокомерие, болтливость [Голикова, 2005. С. 19]. Мы полагаем, что стереотип можно рассматривать не как обобщенную совокупность наиболее типичных ассоциаций (например, *стереотип русского человека*: щедрость, гостеприимность, широта души, водка и т. д.), а как отдельные ассоциации (*стереотип о щедрости русского человека* и т. д.), приведенные в систему посредством одного фрейма.

Итак, стереотип включается в дискурс посредством фреймов. Вслед за Р. Шенком и Р. Абельсоном мы определяем «фреймы-сценарии» («скрипты») как «когнитивные структуры, описывающие нормальную последовательность событий в частном контексте» (цит. по: [Айвазова, 2011. С. 139]). Темы дискурсов реализуются в различных взаимосвязанных фреймах, т. е. развиваются в дискурсе согласно заданным моделям, существующим в социокультурной памяти относительно ситуаций подобного типа (см.: [Дейк, 1989. С. 140–141]). Другими словами, будучи «устойчивой традицией человеческого общения» [Силантьев, 2010. С. 79], дискурс является некоторой идеологической конструкцией, а фреймы дискурса (т. е. тра-

диционные для него, постоянно воспроизводимые знания о некотором нормальном положении дел) выполняют функцию выражения идеологии дискурса. Фреймы имеют структуру, состоящую из элементов – терминалов (доменов или субфреймов, кластеров и слотов и т. п.). По нашему мнению, стереотип – это наиболее типичное содержание терминалов фрейма, отличающееся от простого набора ассоциаций к имени концепта устойчивостью в дискурсе, национально-культурной обусловленностью и эмоциональностью.

По мнению некоторых авторов, идеологии являются содержанием стереотипов [Leuens et al., 1994. P. 36]. Стереотип, как наиболее часто апеллируемый терминал фрейма, является таковым небеспричинно: общество, воспроизводящее в каком-либо из своих дискурсов одни и те же ассоциации, нуждается в них по причинам психологического порядка. Поэтому, как нам кажется, средствами лингвокогнитивного анализа стереотипов можно выявить идеологическую направленность общества, (вос)производящего дискурс. Более того, исходя из положения, что наиболее фундаментальные представления человечества хранятся в языке дольше всего, можно сделать вывод, что наиболее старые стереотипы являются наиболее предпочтительным для общества образом мыслей. Вероятно, такой анализ может хотя бы частично дать ответ на вопрос о «духе народа».

Обращение к стереотипу в дискурсе в целом отвечает задачам дискурс-анализа. По мнению французских теоретиков дискурс-анализа, одной из основных категорий дискурса следует считать его интертекстуальность. Стереотипы в дискурсе как раз и являются интертекстуальной категорией; они связывают в единое целое дискурс, так как оказываются неизменными выразителями идеологии. Единожды возникнув в дискурсе, они могут стать такими ментальными единицами, которые, наиболее полно отвечая опыту социализации индивида, повторяются в дискурсе, являются своеобразными «опорами» и «преконструктами». «...То, что представлено в предложении в виде имплицитных или стертых предикативных отношений, в связи с которыми можно восстановить предыдущий речевой акт, есть след дискурсивной парафразы, источник которого – высказывание, сделанное “ранее и в

другом месте”». П. Анри для обозначения импортированных высказываний, находящихся свое место в синтаксической структуре текущего дискурса, ввел понятие *преконструкт*. М. Пеше, помимо преконструкта, выделил еще одну интердискурсивную форму – “эффект опоры”» [Бурцев, 2011. С. 68].

Анализируя динамику стереотипов, интерпретатор восстанавливает условия возникновения дискурса, «мысленный мир (universe of discourse), в котором, по презумпции интерпретатора, автор конструировал дискурс» [Демьянков, 2005. С. 49], текст изучается как бы «по ходу его создания» [Кубрякова, 2005. С. 29], и при этом учитываются средства передачи знаний от одного поколения другому и поступательность, преемственность дискурса [Бочарникова, 2011].

В данной работе предлагается рассматривать стереотип как отдельный, зафиксированный в более или менее устойчивых формах языка признак концепта, более часто по сравнению с другими воспроизводимый в дискурсе и отмеченный национально-культурной спецификой. Этот признак встраивается в структуру концепта как терминал фрейма: это не нейтрально-облигаторные понятийные признаки, формирующие ядро концепта, а частотные субъективно-национально-культурные и идеологически обусловленные признаки.

Стереотипы изучались нами на материале американского публицистического дискурса XIX в. и современного американского публицистического дискурса. Тема, избранная для анализа стереотипной (и идеологической) составляющей дискурса, – Россия и русские. Фреймом, который объединяет стереотипы о России и русских, является мегафрейм «Russia». Исходя из анализа семантики языковых единиц, входящих в ближайшее синтаксическое окружение лексем, объективирующих концепт «Russia», сделаны выводы об основных семантических классификаторах, категоризирующих концепт [Орлова, 2005]. Эти семантические классификаторы стали основой для формирования первичных и некоторых вторичных (метафоричных) фреймов концепта, а также определили основные родовидовые связи внутри сегментов концепта. Сочетаемость имени концепта предопределяют в его структуре наличие фреймов «государство»,

«страна / территория», «Россия – артефакт / предмет», «Россия – животное», «Россия – человек» и т. д.; субфреймов «жители страны», «культура», «экономика», «эмоциональные признаки России» и т. д. Субфреймы и слоты (сценарии) фреймов выделялись по принципу «встроенности» более мелкой структуры знаний в более крупную [Орлова, 2005]. Переключение внимания на стереотип привело к выделению наиболее типичных ассоциаций в терминалах фреймов, возникающих в дискурсе, часто окрашенных особой эмоциональностью и подчеркнута национально-культурно обусловленных.

Так, фрейм «государство» включает геополитические стереотипы: «огромная, великая», «противостояния», «источник “холодной войны”», «агрессивна». Эти стереотипы выделялись в дискурсе на основе повторяющихся языковых единиц, возникающих в американских публицистических текстах (XIX–XXI вв.), посвященных России. Основные языковые единицы, выражающие эти стереотипные знания: *power / giant / gigantic / Empire; bellicose / aggressive; cold war / Evil empire; pressing / expansionist; enemy*.

Во фрейм «государство» входят и политические стереотипы. Геополитические и политические стереотипы отграничивались друг от друга в соответствии с типом поддискурса (геополитический, политический и др.), в котором они функционируют. Среди политических стереотипов отмечены: «русские – страдающая нация», «русские политически неграмотны и равнодушны», «демократии в России нет», «отсутствие свободы в России», «разруха в стране», «авторитарное государство», «русские любят сильного правителя», «в России ничего не меняется». Наиболее частотные лексемы, вербализующие данные стереотипы, это: *no freedom, suffer; ruins, totalitarian / KGB; Czar / Putin*.

Социумные стереотипы (передающие содержание представлений о российском обществе и социальных условиях и отношениях в государстве) представлены следующими стереотипами: «бедность», «отсталость», «коррупция», «преступность», «национализм». Эти стереотипы на лексическом уровне поддерживаются языковыми единицами *poverty, resourcefulness, corruption, nationalism, crime*.

Во фрейм «страна» входят стереотипы, которые передают некоторое «окончательное» знание особенностей географического пространства, на котором проживают жители России. Это этнокультурные стереотипы «снег / зима», «особая страна», «нецивилизованная страна», выражаемые лексемами *snow / winter, separate / singular, barbaric / non-civilized*.

В составе этого же фрейма выделяются этнокультурные бытовые (предметные) стереотипы: «баня», «дача», «самовар», «водка», «тройка» и проч. Эти стереотипы имеют символичный характер, потому что каждый из названных стереотипов является и своеобразным символом России. За этими знаками закрепились определенные русские образы, которые являются результатом не только чувственного восприятия российской действительности, но и ее философского осмысления. Эти стереотипы в американском публицистическом дискурсе передаются заимствованными словами *valenki, samovar, Russian troika, dacha, vodka, banya*.

Этнокультурные стереотипы символично характера (не предметного происхождения) входят в состав фрейма «страна» и определяют русского человека (субфрейм «жители России»). Известным стереотипным представлениям отвечает «русский характер» («находчивость», «удаль», «противоречивость», «любовь к родине»). Синонимичным «русскому характеру» является стереотип «русская душа», заключенная в «русском крестьянине / мужике». В группу этих стереотипов входят также стереотипы «красный», «птица-тройка», «медведь». Лексемы, выражающие данные стереотипные представления: *Russian bear, moujik, Russian character / Russian soul (love for Mother Russia, hospitality / generous, open-hearted / large-minded, make do with less, no seat belts, tolerance, narrow / chauvinistic)*.

Рассмотрим логическую схему выделения стереотипа в составе фрейма. Так, знания о России заключаются во фреймах «государство» и «страна». В составе первого фрейма находятся традиционные знания (слоты) о государственности вообще: о правительстве и правителе, государственной атрибутике, политических и геополитических институтах и проч. В состав фрейма «страна» входят типичные знания о странах вообще: географии и климате, природе и культуре, жителях и их характерах, кулина-

рии и т. д. (отсюда ср.: российский флаг / русский флаг; русские песни / российские песни). Субфрейм «жители России» фрейма «страна» одним из терминалов имеет «русского крестьянина» – это ассоциация к теме «Россия», стереотипный образ, с помощью которого можно представить русского человека вообще. Поэтому логическая схема выделения стереотипа «русский крестьянин / мужик» может быть представлена в виде цепочки: Россия → страна → жители страны → крестьяне / мужики. Стереотип «снег / зима» является терминалом субфрейма «природа» фрейма «страна», «тройка» входит во субфрейм «быт» фрейма «страна». Таким образом, происходит своеобразное уточнение структуры концепта. Каждый стереотип верифицируется трижды – частотностью в современной американской публицистике, наличием в американском публицистическом дискурсе более ранних периодов и, наконец, наличием упоминаний о нем в научных исследованиях.

Отметим, что выводы, сделанные в работе, подтверждаются исследованиями, проведенными, например, в политологии. «Политолог Борис Дубин, изучая сознания современных россиян, выделил несколько устойчивых мифологем, в которые свято верит значительная часть народонаселения. Например, это миф о великой державе и о том, что Россия лишилась своего надлежащего места в мире, миф об идеальности первого лица государства (независимо от фамилии), миф о том, что русские – народ исключительный, что кругом – одни враги, миром правят деньги и что Россия – православная страна» [Кудрявцева, 2011. С. 10].

Подведем итоги. Стереотип определен нами как типичное содержание терминалов фрейма, отличающееся устойчивостью в дискурсе, национально-культурной обусловленностью и эмоциональностью. Он встраивается в дискурс посредством фреймов, которые организуют и структурируют типичные для дискурсов и поддискурсов знания в системы. Стереотип имеет опоры и в других дискурсах, таким образом, является интердискурсивной категорией. Стереотипы о России в американском публицистическом дискурсе XIX–XX вв. составляют систему геополитических, политических, культурных, социумных, бытовых стереотипов, которые передают типичные для со-

ответствующих поддискурсов схематичные образы России.

### Список литературы

*Арутюнова Н. Д.* Дискурс // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцевой. 2-е изд. М., 1998. С. 136–137.

*Айвазова В. В.* Особенности когнитивно-дискурсивного исследования фрейма-сценария в политическом дискурсе // Вопр. когнитивной лингвистики. 2011. № 2. С. 138–143.

*Алимушкина О. А.* Возможности изучения стереотипов в ассоциативных полях // Альманах современной науки и образования. 2010. № 2 (33). Ч. 2. С. 14–15.

*Бартминьский Е.* Этноцентризм стереотипа: результаты исследования немецких (Бохум) и польских (Люблин) студентов в 1993–1994 гг. // Речевые и ментальные стереотипы в синхронии и диахронии: Тез. конф. М., 1995.

*Бочарникова Е. А.* Способы объективации категорий интертекстуальности, интердискурсивности и интрадискурсивности в научном экономическом тексте // Вопр. когнитивной лингвистики. 2011. № 3. С. 94–101.

*Бурицев В. А.* Синтаксический, когнитивный и идеологический аспекты интердискурса в их взаимосвязи // Вопр. когнитивной лингвистики. 2011. № 1. С. 65–69.

*Голикова Т. А.* Психолингвистическая концепция исследования этнического сознания: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2005.

*Дейк ван Т.* Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.

*Демьянков В. З.* Текст и дискурс как термины и слова обыденного языка // Язык. Личность. Текст. М., 2005. С. 34–51.

*Донцов А. И., Стефаненко Т. Г.* Социальные стереотипы: вчера, сегодня, завтра // Социальная психология: Хрестоматия / Сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. М., 2008. С. 170–180.

*Карасик В. И.* Языковые ключи. М., 2009.

*Кубрякова Е. С.* О термине «дискурс» и стоящей за ним структуре знания // Язык. Личность. Текст. М., 2005. С. 23–33.

*Кудрявцева Е.* Условно православные // Огонек. 2011. № 40. С. 10–11.

Орлова О. Г. Актуализация концепта «RUSSIA» («РОССИЯ») в американской публицистике (на примере дискурса еженедельника «Newsweek»): Дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2005.

Серио П. Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса. М., 1999. С. 12–54.

Силантьев И. В. Дискурс и жанр // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология. 2010. Т. 9, вып. 6: Журналистика. С. 78–84.

Силантьев И. В. Текст в системе дискурсных взаимодействий. Новосибирск, 2004.

Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия. М., 2006.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М., 2004.

Leyens J.-Ph., Yzerbyt V., Schardon G. Stereotypes and Social Cognition. L., 1994.

*Материал поступил в редколлегию 06.12.2011*

**O. G. Orlova**

**A STEREOTYPE IN THE JOURNALISTIC DISCOURSE  
ON PUBLIC AND SOCIAL ISSUES**

The paper deals with the stereotype as one of the mental frame categories as related to the journalistic discourse on political or social issues.

*Keywords:* frame, stereotype, discourse, American journalism in relation to political and social issues.