

Селиверстова Оксана Александровна

КОНСТРУКЦИЯ "МЯГКАЯ СИЛА" В СОВРЕМЕННОЙ ДИСКУРСИВНОЙ ПРАКТИКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИЗА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ США И КНР)

В статье предпринята попытка раскрыть содержание понятия "soft power" ("мягкая сила"), стремительно набирающего популярность во всех видах дискурса. На основе семантического анализа дискурса СМИ США и КНР, а также анализа структуры тематического поля описана национальная специфика семантики конструкции "soft power", особенности политики мягкой силы в США и КНР, а также ее восприятия в обществе.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/3-2/45.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 3(69): в 3-х ч. Ч. 2. С. 153-157. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/3-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81'42

В статье предпринята попытка раскрыть содержание понятия «soft power» («мягкая сила»), стремительно набирающего популярность во всех видах дискурса. На основе семантического анализа дискурса СМИ США и КНР, а также анализа структуры тематического поля описана национальная специфика семантики конструкции «soft power», особенности политики мягкой силы в США и КНР, а также ее восприятия в обществе.

Ключевые слова и фразы: семантический анализ; дискурсивный анализ; тематическое поле; мягкая сила; *soft power*.

Селиверстова Оксана Александровна

Владимирский государственный университет

имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых

oxana33@list.ru

КОНСТРУКЦИЯ «МЯГКАЯ СИЛА» В СОВРЕМЕННОЙ ДИСКУРСИВНОЙ ПРАКТИКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИЗА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ США И КНР)

В настоящее время концепция *мягкой силы* приобретает в нашей стране всё большую популярность и нередко становится предметом дискуссий политиков всех уровней власти, а также общественных деятелей, ученых и экспертов в разных областях знаний. Термин *мягкая сила* является переводческой калькой англоязычного сочетания *soft power* (здесь и далее «*soft power*» = «*мягкая сила*», перевод автора – О. С.), введенного в научный оборот профессором Гарвардского университета Джозефом Найем в 1990 году в книге «Bound to Lead: the Changing Nature of American Power». *Мягкая сила* США, согласно теории Найя, включала три компонента: 1) привлекательность американской культуры и образа жизни; 2) принципы и ценности политической системы США; 3) дипломатические усилия по разрешению политических кризисов и конфликтов. Стремительно возросшая в XXI веке популярность концепции *мягкой силы* обусловила интерес к ней со стороны целого ряда наук.

Сегодня феномен *мягкой силы* представляет собой междисциплинарный объект исследований на стыке политологии и истории (см. работы А. В. Бояркиной [1], М. М. Лебедевой [5], П. Б. Паршина [7], С. К. Песцова и А. М. Бобыло [8], Г. Ю. Филимонова [11], Н. В. Юдина [13], Д. Б. Регзеновой [10], Ц. Лю [6], Ю. В. Ярмака [15], Джошуа Курланчика (J. Kurlantzick) [17], Джен Мелиссен (J. Melissen) [23], Мингджан Ли (M. Li) [22]), семиотики (см. работы И. А. Зевелёва и М. А. Троицкого [4], Джанис Биали Маттерн (J. V. Mattern) [18]) и лингвистики (см. работы А. Ю. Голобородько [2], И. А. Якобы и С. С. Тимофеева [14]).

С позиций лингвистики и лингвокультурологии *мягкая сила* рассматривается как эффективный инструмент «перекодирования сознания человека посредством, в частности, разрушения национального культурно-исторического ядра и переустройства социальной памяти» [2, с. 203]. «Лингвокогнитивные механизмы умной настройки дискурса» разрабатываются в трудах И. А. Якобы и С. С. Тимофеева [14]. Такой подход отчасти соотносится с теорией речевого воздействия, которое рассматривается как «влияние, оказываемое субъектом на реципиента с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств в процессе речевого общения...» [9, с. 71]. При этом потенциал коммуникативного воздействия отнюдь не исчерпывает возможности *мягкой силы*, более того, по мнению некоторых специалистов, «рассогласованность векторов коммуникации и реального развития и даже простое отставание второго от первого, если и не сводит на нет, то во многом обесценивает все коммуникативные усилия» [7].

При существующем многообразии подходов и популярности термина *мягкая сила* неизбежно происходит формирование большого количества контекстуальных значений, что влечет за собой усложнение его семантической структуры. При этом можно предположить наличие национальных особенностей системы значений, которые обуславливаются сложившейся спецификой подходов к трактовке и реализации явления *мягкой силы* в той или иной лингвокультуре.

Таким образом, *цель* настоящего исследования – выявление национальной специфики семантики конструкции *soft power* с последующим определением особенностей политики *мягкой силы* в США и КНР, а также ее восприятия в обществе. Указанные государства были выбраны в качестве объектов настоящего исследования, поскольку они обладают серьезным потенциалом *мягкой силы*, при этом демонстрируя принципиально разные подходы к ее реализации.

Достижение обозначенной цели предполагает поэтапное выполнение следующих исследовательских *задач*: 1) составление корпуса расширенных контекстов из материалов англоязычных СМИ США и КНР; 2) проведение лексико-семантического анализа конструкции *soft power* на основе корпусного подхода; 3) дискурсивный анализ структуры тематического поля *soft power*; 4) описание национально обусловленной специфики *мягкой силы* США и КНР и семантической структуры соответствующего ей термина *soft power* на основе результатов исследования.

Языковую базу настоящего исследования составили собранные и проанализированные англоязычные тексты СМИ США, таких как «New York Times» [24] и «Washington Post» [25] (420 расширенных контекстов,

включающих 782 конкорданса), и Китая, таких как «China Daily» [16], «News.cn» [19], «Shanghai Daily» [21] (170 расширенных контекстов, включающих 559 конкордансов). В исследовательский корпус вошли электронные издания газет и их приложений за период с 2005 по 2016 год.

Проведение лексико-семантического анализа, предпринятое в настоящем исследовании, предполагает синтагматический, парадигматический, а также дискурсивный анализ тематического поля понятия *soft power* на основе собранного корпуса.

Синтагматический анализ обычно начинается с изучения сочетаемости и выявления наиболее продуктивных моделей валентности исследуемой конструкции для дискурса каждого из исследуемых государств, поскольку «валентность является составной частью... коллективного когнитивного пространства» и «выступает базовым компонентом образования когнитивных структур... соотношенных с национально-языковыми и ментально-языковыми особенностями» [3, с. 7]. Так, среди выявленных в ходе синтагматического анализа моделей валентности конструкции *soft power* в англоязычном дискурсе как китайских, так и американских СМИ с учетом показателя частотности наиболее продуктивными можно считать следующие:

1) *существительное в форме притяжательного падежа + soft power*, где существительные преимущественно обозначают источник мягкой силы, а именно *субъект*: *Asian giants' soft power* (мягкая сила азиатских гигантов), *nation's soft power* (мягкая сила нации), *company's soft power* (мягкая сила компании), *law's soft power* (мягкая сила закона); *регион*: *country's soft power* (мягкая сила государства), *city's soft power* (мягкая сила города), *mainland's soft power* (мягкая сила материкового Китая), или его *название*. В последнем случае притяжательный падеж относится к именам собственным: *Egypt's soft power* (мягкая сила Египта), *China's soft power* (мягкая сила Китая), *Shanghai's soft power* (мягкая сила Шанхая). Конструкции с притяжательным компонентом составляют 40% в собранном корпусе и могут сопровождаться дополнительными атрибутами, ср.: «*There is also an urgent need to promote a positive national image and boost China's cultural soft power*» [20]. / «Существует острая необходимость содействовать распространению положительного образа государства и активизировать мягкую силу китайской культуры» (*перевод автора – О. С.*). Высокая частотность подобных сочетаний может свидетельствовать о большей степени значимости, которая придается в Китае источнику, субъекту *мягкой силы*, выступающему атрибутом, необходимым для полноты информации;

2) *глагол + soft power*, что находит отражение в сочетаемости компонента *soft power* с глаголами, реализующими одну из следующих сем: а) «**создавать**»: *build* (выстраивать), *shape* (формировать); б) «**совершенствовать**»: *strengthen* (укреплять), *improve* (совершенствовать), *enhance* (улучшать), *develop* (развивать), *boost* (активизировать); в) «**применять**»: *deploy* (задействовать), *display* (демонстрировать), *export* (экспортировать), *exercise* (применять), *use* (использовать), *spread* (распространять), *come to soft power* (доходить до мягкой силы), *resort to soft power* (прибегнуть к мягкой силе); г) «**быть источником**»: *initiate* (инициировать), *generate* (порождать).

При этом количество и многообразие глагольных сочетаний, реализующих пассивную валентность конструкции *soft power* в дискурсе китайских СМИ, более чем в 1,5 раза превышает количество используемых глаголов в дискурсе СМИ США при меньшем количестве конкордансов китайских СМИ, используемых для анализа, и может свидетельствовать об активном деятельностном подходе к *мягкой силе* в КНР. Примечательно, что в отличие от дискурса китайских англоязычных СМИ в американском дискурсе отдельную группу глаголов, реализующих пассивную валентность конструкции *soft power*, представляют глаголы с семой «**разрушать**»: *destroy* (разрушать), *diminish* (ослаблять), *dump* (отбрасывать), *erode* (разъедать), *eliminate* (уничтожать). При этом в американском дискурсе в отличие от китайского отсутствует группа глаголов с семой «**быть источником**», что еще раз подчеркивает значимость объекта мягкой силы для языкового сознания китайских журналистов и политических деятелей.

Отличительной особенностью функционирования конструкции *soft power* в американском дискурсе является ее высокий потенциал активной валентности, реализующейся в атрибутивном использовании исследуемой конструкции. Это свидетельствует о ее смысловой устойчивости, при которой закрепленное за ней значение реализуется в речи регулярно и понимается носителями языка, что позволяет ей выступать в качестве самостоятельной характеристики существительных с одной из следующих сем: «*подход*», «*вопрос*», «*инструмент*», «*реализация*». Такое положение дел представляется естественным и закономерным, учитывая происхождение термина *soft power*. Относительно небольшое количество словосочетаний с конструкцией *soft power*, построенных по данной модели, в китайском дискурсе, очевидно, связано и с тем, что использование существительного (в данном случае *power*) в качестве атрибута специфично для английского языка. Учитывая, что для китайских журналистов английский в большинстве случаев является не родным, а иностранным языком, использование такой модели оказывается менее продуктивным, чем в дискурсе США. Этим же фактом, по-видимому, объясняется меньшее количество случаев дефисного написания *soft-power*.

Вторым этапом лексико-семантического анализа конструкции *soft power* в настоящем исследовании стал парадигматический анализ, включающий описание синонимической и антонимической парадигм, поскольку именно анализ парадигматических связей позволяет «получить о концепте более полное представление, выявить дополнительные присущие ему признаки» [12, с. 27].

Антонимическая парадигма англоязычного дискурса американских и китайских СМИ на первый взгляд имеет много общего. Среди частотных контекстуальных противопоставлений наиболее регулярно реализуются оппозиции с интегральным компонентом *power*: *hard power – soft power* (жесткая сила – мягкая сила) и *military power – soft power* (военная сила – мягкая сила), а также трехкомпонентная эквиополентная оппозиция *physical*

power – economic power – soft power (физическая сила – экономическая сила – мягкая сила) с качественно различным дифференциальным признаком. Вместе с тем компонент *hard* (жесткий) в американском и китайском дискурсах имеет существенные семантические различия. В то время как в американских СМИ компонент *hard* в подавляющем большинстве контекстов реализует сему «military» (военный), для указанного компонента в китайских англоязычных СМИ характерна неоднородность семантической структуры, которая включает следующие семы: «military» (военный), «economic» (экономический), «technological» (технологический).

Отличие от антонимической парадигмы, синонимическая парадигма *soft power* неодинакова в американском и китайском дискурсах и представлена главным образом контекстуальными синонимами, реализуемыми в дискурсе как уточнения или пояснения.

В дискурсе СМИ США наиболее часто реализуются синонимические оппозиции *soft power – political cooperation* (мягкая сила – политическое сотрудничество) и *soft power – diplomacy – smart diplomacy* (мягкая сила – дипломатия – умная дипломатия). При этом компонент *diplomacy* (дипломатия) в указанной парадигме может быть представлен семами «внешнеполитическая деятельность» или «мирные усилия», обе из которых предполагают некоторое воздействие, реализацию определенных целей и интересов.

В дискурсе англоязычных китайских СМИ синонимическая парадигма имеет более сложную и диверсифицированную структуру и включает следующие оппозиции: *soft power – cultural power* (сила культуры), *soft power – cultural diplomacy* (дипломатия культуры), *soft power – persuasion* (убеждение), *soft power – influence* (влияние), *soft power – moral authority* (моральный авторитет). Богатство синонимической парадигмы конструкции *soft power* в дискурсе англоязычных китайских СМИ свидетельствует о многообразии подходов к трактовке понятия *мягкая сила*, а также особенностях содержательного плана указанного понятия. Кроме того, перечисленные оппозиции свидетельствуют о восприятии *soft power* скорее как потенциала, культурного и морального ресурсов. Это наблюдение находит свое подтверждение и при конструировании тематического поля понятия *soft power*.

Дискурсивный анализ структуры тематического поля *soft power* позволил выявить наиболее частотные коллокации, характерные для дискурса китайских англоязычных СМИ, к числу которых относятся следующие лексемы: *China/Chinese* (Китай/китайский) – 770, *culture/cultural* (культура/культурный) – 402, *country/countries* (страна/страны) – 197, *world* (мир) – 173, *develop/development* (развивать/развитие) – 151, *nation/national* (нация/национальный) – 138, *people* – 133 (народ), *economy/economic* (экономика/экономический) – 129, *international* (международный) – 105, *policy/political* (политика/политический) – 95, *government* (правительство) – 64, *Beijing* (Пекин) – 67, *foreign/foreigner* (иностранец/иностранец) – 64, *global* (всемирный) – 63, *business* (бизнес или имеющий отношение к бизнесу) – 53, *industry* (промышленность) – 50, *influence* (влияние) – 48, *hard* (жесткий) – 47, *president* (президент) – 46.

Учитывая приведенные выше показатели частотности, к категории сверхчастотных лексем, составляющих ядро тематического поля *soft power*, можно отнести *China/Chinese* и *culture/cultural*, частотность которых многократно превышает аналогичный показатель остальных лексических единиц, что свидетельствует о значительной роли компонента *культура* в концепции *мягкой силы* Китая. Этот вывод также подтверждает высокая степень воспроизводимости терминологического многочлена *cultural soft power* (мягкая сила культуры), характерная для дискурса китайских англоязычных СМИ. При этом основным источником *мягкой силы* по результатам анализа является Китай, упоминающийся в подавляющем большинстве контекстов. Данное наблюдение объясняется во многом спецификой анализируемых СМИ (англоязычные СМИ, ориентированные на англоговорящих читателей главным образом за пределами государства) и также может считаться, на наш взгляд, инструментом *мягкой силы*. Вместе с тем интересна частотность лексических единиц, относящихся к тематической сфере «государство» и принадлежащих к околюдерной зоне анализируемого тематического поля: *country* (государство), *world* (мир), *people* (народ), *develop/development* (развивать/развитие), *nation/national* (нация/национальный). В область периферии тематического поля вошли лексемы преимущественно двух тематических сфер – «инструменты/ресурсы мягкой силы»: *policy* (политика), *economy/economic* (экономика/экономический), *business* (бизнес/имеющий отношение к бизнесу), *industry* (промышленность), *influence* (влияние) и «ареал воздействия» *international* (международный), *government* (правительство), *foreign/foreigner* (иностранец/иностранец), *global* (всемирный), *hard* (жесткий), *president* (президент).

Примечательно, что частотность упоминания государств-субъектов *мягкой силы* различна в СМИ США и Китая. Так, в китайском англоязычном дискурсе, как отмечалось выше, крайне высокий показатель имеет Китай (95%), в то время как другие государства имеют существенно более низкую степень упоминания – Россия (5,8%), Европа (4,4%), США (3,3%). В американском дискурсе государства-источники мягкой силы расположились следующим образом: Китай (46%), США (Америка) (42%), *Russia* (16%), *Europe* (14%). При этом показатель частотности Китая превышает соответствующий показатель Америки, что свидетельствует о значительном интересе, проявляемом американскими СМИ к политике *мягкой силы* Китая.

Тематическое поле *soft power* в дискурсе СМИ США включает следующие частотные коллокации: *China/Chinese* (китайский) – 355, *American/America* (Америка/американский) – 218, *policy/political* (политика/политический) – 192, *world* (мир) – 175, *hard* (жесткий) – 149, *country/countries* (страны/страны) – 145, *military* (военный) – 139, *economy/economic* (экономика/экономический) – 138, *culture/cultural* (культура/культурный) – 127, *United States* (Соединенные Штаты) – 110, *diplomacy/diplomatic* (дипломатия/дипломатический) – 103, *foreign* (иностранец) – 98, *government* (правительство) – 91, *influence* (влияние) – 86, *war* (война) – 80, *global* (всемирный) – 78, *president* (президент) – 70, *people* (народ) – 66, *international* (международный) – 51.

Как видно из приведенного перечня лексем и показателей их частотности, в тематическом поле *soft power* американского дискурса границы между ядром, окооядерной зоной и периферией размыты, ярко выраженная доминанта отсутствует, а показатели частотности отличаются незначительно. При этом суммарное значение частотности синонимической пары *hard – military* (жесткий – военный) позволяет рассматривать ее в качестве ядра тематического поля, в оппозиции к которому раскрывается основное значение *soft power*, реализуемое в дискурсе американских СМИ. Этот вывод подтверждает присутствие в тематическом поле лексемы *war*, а также широкая антонимическая парадигма с производными указанных лексических единиц, характерная для дискурса американских СМИ. К периферии тематического поля можно отнести (в порядке убывания) частотности *world* (мир), *hard* (жесткий), *country/countries* (страны/страны), *military* (военный), *economy/economic* (экономика/экономический), *culture/cultural* (культура/культурный), *United States* (Соединенные Штаты), *diplomacy/diplomatic* (дипломатия/дипломатический), *foreign* (иностранный), *government* (правительство), *influence* (влияние), *war* (война), *global* (всемирный), *president* (президент), *people* (народ), *international* (международный).

Подводя итог проведенному анализу, мы можем выделить следующие национально обусловленные особенности *мягкой силы* США и КНР:

1. Для дискурса СМИ США характерно восприятие мягкой силы как инструмента воздействия, представляющего собой альтернативу военной или жесткой силе. При этом важнейшим источником мягкой силы в мире, попадающим в фокус американских СМИ, является Китай.

2. Отличительной чертой может также считаться присутствие в дискурсе глаголов с семой «разрушать», употребляемых преимущественно по отношению к мягкой силе США. Это подводит нас к выводу о наметившейся тенденции снижения уровня мягкой силы США, трактуемой как ресурс привлекательности. Таким образом, наблюдается смещение семантического акцента в понимании *мягкой силы* с «*привлекательности*» на «*инструмент воздействия*», что подтверждает присутствие в ближней периферии тематического поля лексемы *influence*, а также лексем, относящихся именно к внешнему воздействию (*foreign, world, global international*).

3. Для дискурса КНР, напротив, более типично восприятие мягкой силы как *ресурса привлекательности*, главным образом привлекательности культуры. При этом внимание Китая преимущественно сосредоточено на укреплении и развитии собственного потенциала, о чем свидетельствует доминанта тематического поля *China* и присутствие в окооядерной зоне тематического поля лексем *country, nation, people*, показатель частотности которых превышает соответствующий показатель лексем тематической сферы «ареал воздействия», относящихся к периферии.

4. Богатая синонимическая парадигма и значительное число глаголов, сочетающихся с конструкцией *soft power*, свидетельствуют о многообразии подходов к реализации политики мягкой силы КНР и активной деятельности в данном направлении.

В заключение отметим, что сделанные нами на основе лексико-семантического анализа выводы совпадают с выводами политиков и экспертов, изучающих реализацию мягкой силы с позиций политологии и международных отношений, что свидетельствует о высоком потенциале и значимости лингвистического подхода на основе дискурсивного анализа для науки в целом.

Список литературы

1. Бояркина А. В. «Мягкая сила» как политический инструмент реализации внешней политики КНР на рубеже XX-XXI вв.: автореф. дисс. ... к. пед. н. Владивосток, 2015. 24 с.
2. Голобородько А. Ю. Лингвокультурологическое измерение государственной культурной политики: от текста культуры к дискурсу «Мягкой силы» // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. Краснодар: Наука и образование, 2015. С. 202-208.
3. Загнитко А. А. Функционально-когнитивный аспект грамматической морфологически опосредованной категории валентности // Валентностная грамматика в структурном и коммуникативном аспектах и ее выразительные особенности в языке и речи. Могилев: Изд-во Могилевского государственного университета имени А. А. Кулешова, 1998. С. 7-9.
4. Зевелёв И. А., Троицкий М. А. Семиотика американо-российских отношений // Мировая экономика и международные отношения. М.: Наука, 2007. № 1. С. 3-17.
5. Лебедева М. М., Фор Ж. Высшее образование как потенциал «мягкой силы» России // Вестник МГИМО-Университета. 2009. № 6 (9). С. 1-6.
6. Лю Ц. «Мягкая сила» в стратегии развития Китая // Полис. Политические исследования. 2009. № 4. С. 149-155.
7. Паршин П. Б. Проблематика «мягкой силы» во внешней политике России [Электронный ресурс] // Перспективы: сетевое издание Центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы. URL: http://www.perspektivy.info/book/problematika_magkoj_sily_vo_vneshnej_politike_rossii_2014-03-03.htm (дата обращения: 20.12.2016).
8. Песцов С. К., Бобыло А. М. «Мягкая сила» в мировой политике: проблема операционализации теоретического концепта // Вестник Томского государственного университета. История. 2015. № 2 (34). С. 108-114.
9. Помыряну Н. А. Речевое воздействие: способы, типы и приемы // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2013. № 3. С. 71-78.
10. Регзенова Д. Б. Исторический опыт стратегичности и принципа «мягкой силы» в социально-экономических реформах Китая: дисс. ... к.и.н. Улан-Удэ, 2012. 166 с.
11. Филлимонов Г. Ю. Мягкая сила культурной дипломатии США. М.: РУДН, 2010. 212 с.
12. Харькова Е. В. Концепт как единица языка, мышления и культуры и методы его анализа // III Международные Бодуэновские чтения: И. А. Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания (Казань, 23-25 мая 2006 г.): труды и материалы: в 2-х т. / Казан. гос. ун-т; под общ. ред. К. Р. Галиуллина, Г. А. Николаева. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2006. Т. 2. С. 26-28.

13. Юдин Н. В. Системное прочтение феномена мягкой силы // Международные процессы. 2015. Т. 13. № 2. С. 96-105.
14. Якоба И. А., Тимофеев С. С. Лингвокогнитивные механизмы умной настройки дискурса: смысловитмическое моделирование // Сибирский филологический журнал. 2016. Вып. 1. С. 126-136.
15. Ярмак Ю. В. «Мягкая сила» в коммуникативном пространстве государственного управления: история вопроса // Дискурс-Пи. 2014. Т. 11. № 4. С. 69-75.
16. *China Daily* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chinadaily.com.cn> (дата обращения: 25.12.2016).
17. Kurlantzick J. *Charm Offensive: How China's Soft Power Is Transforming the World* (A New Republic Book). New Heaven: Yale University Press, 2007. 320 p.
18. Mattern J. B. Why Soft Power Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of Attraction in World Politics [Электронный ресурс] // Millennium: Journal of International Studies. 2005. June 1. URL: <http://mil.sagepub.com/cgi/content/abstract/33/3/583> (дата обращения: 25.12.2016).
19. *News.cn* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.xinhuanet.com/english/home.htm> (дата обращения: 25.12.2016).
20. Senior official promotes «web culture with Chinese characteristics» [Электронный ресурс] // English.news.cn. URL: http://news.xinhuanet.com/english/2007-06/05/content_6197761.htm (дата обращения: 25.12.2016).
21. *Shanghai Daily* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.shanghaidaily.com> (дата обращения: 25.12.2016).
22. *Soft Power: China's Emerging Strategy in International Politics* / ed. by M. Li. Plymouth: Lexington Books, 2009. 284 p.
23. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations (Studies in Diplomacy and International Relations)* / ed. by J. Melissen. N. Y.: Palgrave Macmillan, 2005. 221 p.
24. *The New York Times* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com> (дата обращения: 25.12.2016).
25. *The Washington Post* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.washingtonpost.com> (дата обращения: 25.12.2016).

**CONSTRUCTION “SOFT POWER” IN MODERN DISCURSIVE PRACTICE
(BY THE MATERIAL OF ANALYSIS OF THE ENGLISH MASS MEDIA OF THE USA AND THE PRC)**

Seliverstova Oksana Aleksandrovna

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
oxana33@list.ru*

The article attempts to reveal the content of the notion “soft power” that is rapidly gaining popularity in all kinds of discourse. On the basis of the semantic analysis of the discourse of mass media of the USA and the PRC, as well as the analysis of the thematic field structure the author describes national identity of the semantics of the construction “soft power”, the peculiarities of the policy of soft power in the United States and China, as well as its perception in the society.

Key words and phrases: semantic analysis; discursive analysis; thematic field; soft power.

УДК 8:81

В последнее время изменяется не только отношение общества к массовой коммуникации, но и происходит обновление самого коммуникативного пространства. В этой новой ситуации изучение публицистического дискурса стало одним из основных объектов еще и теории коммуникации. В задачу статьи входит показать, что именно экстралингвистический фактор, а точнее сфера, в которой происходит вербальное общение, является основным фактором не только формирования публицистического стиля, но и его эволюции: изменения его основных характеристик и возникновения его новых жанровых разновидностей.

Ключевые слова и фразы: коммуникация; публицистическое пространство; дискурс; жанр; языковые средства; СМИ; адресант; адресат.

Сибирко Надежда Сергеевна, к. филол. н.
*Пятигорский государственный университет
nsibirko1@yandex.ru*

ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ОБУСЛОВЛЕННОСТЬ ЖАНРОВ ПУБЛИЦИСТИКИ

Тексты, относящиеся к публицистическому стилю, функционируют в массовой коммуникации, живо реагирующей на события общественной жизни, поэтому рассматривать проблемы публицистики без учета экстралингвистического фактора было бы абсолютно неверно.

Публицистический стиль (от лат. *Publicus* – *общественный*) понимается, главным образом, как исторически сложившаяся функциональная разновидность литературного языка, используемая в газетах, журналах и других средствах массовой коммуникации, а также в общественных (публичных) выступлениях [5, с. 82]. Тексты, относящиеся к разным жанрам публицистического стиля, – это газетные и журнальные аналитические обзоры, редакционные статьи, репортажи, интервью, рецензии, фельетоны, сценарии телевизионных и радиопрограмм, литературно-критические обзоры и речи общественно-политического характера. Тексты любого из жанров публицистики, например, тексты журналистики, имеют свои особенности, в том числе – особенности языкового оформления. Языковые средства, позволяющие эффективно реализовать коммуникативную установку автора текста, предназначенного для публикации в СМИ, соотносятся с особым функциональным