

Сибирко Надежда Сергеевна

ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ОБУСЛОВЛЕННОСТЬ ЖАНРОВ ПУБЛИЦИСТИКИ

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.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/3-2/46.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 3(69): в 3-х ч. Ч. 2. С. 157-159. 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

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. Ярмач 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

стилем языка – публицистическим. Термин «функциональный» можно определить как играющий определенную роль в той или иной сфере деятельности, «представляющий данное явление прежде всего с точки зрения его функции» [2, с. 506]. Из многочисленных и в большинстве своем противоречивых характеристик текстов, относящихся к разным жанрам публицистического стиля, мы выделяем в качестве особо значимых для отнесения текстов к публицистике такие их неотъемлемые характеристики как жанровая целостность, функциональная целесообразность и прагматическая оправданность [4, с. 7]. Целевое назначение текстов этого стиля – сообщение новой информации, воздействие на массового адресата, стремление убедить реципиента в истинности той точки зрения, которая присутствует в каждом тексте публицистики.

Проблема жанровой целостности текстов разных функциональных стилей может рассматриваться с общих позиций (в связи с дифференциацией жанровых разновидностей или их синкретизацией) или же в связи с изучением частных вопросов, таких, например, как использование автором текста тех или иных языковых средств и способов речевого воздействия. Организация языкового материала в публицистических текстах находится в зависимости от сферы общения. Коммуникативное пространство, в котором функционирует публицистический стиль и в котором проявляются свойства текстов этого стиля, характеризуется, прежде всего, определенной системой отношений между участниками общения. В газетно-журнальной публицистике это конкретный автор-публицист и массовый читатель.

Позиция автора-публициста обычно выражается прямо и открыто. Он выступает при этом как «творец монолога» [1, с. 24]. С точки зрения традиционной риторики, монологическая коммуникация – это деятельность активного говорящего и пассивного слушателя. Говорящий/пишущий (ритор, оратор) должен обратиться свою речь к аудитории с целью ее убеждения. Но это лишь один, наиболее широко представленный в коммуникации вид монолога.

С точки зрения современной риторики как общепсихологической дисциплины можно также говорить, по крайней мере, о еще двух видах монолога. Это монолог, обращенный к самому себе, в котором наблюдаются черты диалогизма (диалогики), и монолог, обращенный «в никуда» или «ни к кому», который можно считать одним из способов самовыражения (подобные монологи характерны для психологической прозы). Эти виды монолога, характеризующиеся особой эмотивностью [8, с. 5], можно наблюдать не только в произведениях художественной литературы, но и в произведениях оперного и инструментального искусства. Вместе с тем, они вряд ли могут иметь место в научном стиле: в силу его направленности, в основном, на информирование читателя. В журналистике вопрос о монологе, обращенном к самому себе, и о драматическом монологе представляет интерес в связи со сравнительным анализом журналистских жанров, который может быть нацелен на изучение того, насколько очевидна в том или ином жанре его направленность на убеждение читателя в точке зрения автора.

Прагматически ориентированная интерпретация монолога в современной риторике предполагает, что говорящий соблюдает те же требования, что предъявляются к процессу диалогического общения. Говорящий – продуцент монолога должен соблюдать принцип вежливости Лича, принцип релевантности Грайса, быть ответственным за свой поступок и т.п. Для более обобщенной характеристики монолога с этой точки зрения можно попытаться рассмотреть его формализованную реверсивную схему, в которой знак = обозначает отношение эквивалентности (тождества), а знак / – альтернативу: адресант (= говорящий / понимающий / молчащий / слушающий) : адресат (= слушающий / молчащий / понимающий / говорящий). Если обозначенные на этой схеме отношения между адресантом и адресатом не отвечают условиям, принятым для успешного продуцирования монолога, то может иметь место отклонение от собственно монолога в сторону псевдомонолога, диалогизированного монолога и диалога.

Что же касается реверсивной схемы диалога, то следует отметить, что отношения между участниками диалогического общения, рассмотренные с этой точки зрения, оказываются неравноправными. Так, если говорящий может быть (и даже обязан быть) одновременно и понимающим, он не может при этом быть молчащим или даже слушающим, хотя, с точки зрения коммуникативной практики, можно, вероятно, одновременно говорить и слушать. Можно одновременно слушать, молчать, понимать; одновременно молчать и понимать. При этом молчание в диалоге не есть безучастность, бездействие. Как отмечает М. Хайдеггер, «сказать и говорить – не одно и то же. Человек может говорить; говорит без конца, но так ничего и не сказал. Другой, наоборот, молчит, он не говорит, но именно тем, что не говорит, можно сказать многое» [7, с. 265]. Молчание человека, воспринимающего и осознающего монолог, имеет особый философский смысл. Молчание и вникание в смысл понимаются Хайдеггером как особые формы речевой деятельности и как «вполне самостоятельные формы или состояния субъективности» [3, с. 133].

То, что молчание включается в обычную языковую деятельность, как и то, что это форма или состояние субъективности, позволяет по-особому взглянуть на соответствующие функциональные характеристики участников общения. С точки зрения общения, происходящего между авторами публицистических текстов и их читателями, следует выделить в приведенных выше реверсивных схемах монолога и диалога отдельную составляющую: «понимающий», которая в монологе и в диалоге сопровождает другие составляющие содержательного монолога и успешного диалога.

В теории коммуникации сформирован особый взгляд и представлена оригинальная трактовка проблемы монологического и диалогического общения, в чем-то значительно отличающаяся от ее функционально-стилистика и риторической интерпретации. Рассмотрим эту трактовку подробнее.

Теоретико-коммуникационный взгляд на динамические процессы, происходящие в отечественной массовой коммуникации, состоит в том, что в качестве основного фактора, определяющего направление изменений

в сфере отечественной массовой коммуникации, выступил социальный фактор. Современное российское общество – это общество, в котором реально осуществлен принцип свободы слова. В обществе жесткой иерархии, каковым был Советский Союз, главенствовала монологическая коммуникация. Наиболее радикальную точку зрения на эту форму массовой коммуникации выразил Г. Г. Почепцов. Как отмечает этот ученый, для создания текстов массовой коммуникации «не было нужды в риторических ухищрениях» [Там же, с. 11]. Политическая свобода, свобода слова и политический плюрализм сыграли свою важную роль в том, что массовое общение во многом утратило жесткий стандартизированный характер. Так, стал менее стандартизированным по форме и содержанию публицистический дискурс. Он заметно персонифицировался, заметно возросло количество критических материалов, «стали возможны критика, ирония и сарказм в адрес политических деятелей самого высокого ранга, в том числе – в адрес армии, милиции, службы безопасности, министерств, правительства» [6, с. 140].

В новой политической ситуации перед обществом возникает новая задача – объединить в единые типы поведения социальные группы с автономным поведением, достичь консенсуса. Это были не только новые для общества, но и достаточно сложные задачи. Они предполагают более высокий интеллектуальный уровень в системе управления обществом. При расширении политического плюрализма на истинность информации, распространяемой, в том числе, средствами массовой информации, стиль зависит не только от ее источника, занимающего высокий уровень в иерархии государственной власти.

Изменения, происходившие в коммуникативном пространстве массового общения России, коснулись, в том числе, традиционных функциональных стилей. Результаты этого преобразования проявляются в преодолении их стилистической замкнутости. Характерные черты стилевой организации текстов, традиционно воспринимаемые как уместные в одном и чужеродные и неприемлемые в другом стиле, утрачивают эти качества, и многие жанры журналистики демонстрируют возможности использования в одном жанре элементов разных стилей. Стиль публицистического дискурса в его письменной форме стал более разговорным, приобрел значительное число черт устного общения, в него проникло значительное число единиц устно-разговорной и даже сниженной лексики и фразеологии. Это позволяет отметить, что новому коммуникативному пространству, которое порождается равноценными и независимыми друг от друга участниками, соответствует новый принцип общения, в котором преобладают диалогичность и многоголосие.

Сравнение письменных отечественных и англоязычных текстов массовой коммуникации в аспекте их диалогичности/монологичности показывает, что в целом развитие таких жанров современной отечественной журналистики как интервью, репортаж и комментарий идет по тому же пути, по которому оно шло в свое время в странах западной демократии. Так, в отечественную публицистику конца XX – начала XXI века активно входят такие диалогичные по своей природе жанры как «письмо читателя в редакцию» и «письмо редактора читателям», которые уже давно нашли свое место в постоянных рубриках таких журналов как британский «Economist» и американский «Newsweek». Однако глубинная сущность и те аспекты жанрообразования, на которые оказывает влияние процесс демократизации массовой коммуникации, до сих пор подробно не изучены.

Список литературы

1. Архипова Л. В., Варшавская А. И., Емельянова О. В., Зеленщиков А. В., Магис Н. О., Масленникова А. А., Минченков А. Г., Петрова Е. С., Пилатова В. Н., Толочин И. В., Хомякова Е. Г. Риторика монолога / под ред. А. И. Варшавской. СПб.: Химера трейд, 2002. 240 с.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: URSS, 1966, 2005. 576 с.
3. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук; Ваклер, 2003. 651 с.
4. Разинкина Н. М. Функциональная стилистика. М.: Высшая школа, 1989. 182 с.
5. Смелкова З. С., Ассуирова Л. В., Саввова М. Р., Сальникова О. А. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты: учебное пособие. М.: Флинта; Наука, 2004. 320 с.
6. Стернин И. А. Современный публицистический дискурс и общественные факторы // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: сборник научных трудов. Волгоград: Парадигма, 2006. С. 134-144.
7. Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления. М.: Республика, 1993. 447 с.
8. Шаховский В. И. Эмотивный код языка // Эмотивный код языка и его языковая реализация: коллект. монография / ред. В. И. Шаховский. Волгоград: Перемена, 2003. С. 4-8.

EXTRALINGUISTIC CONDITIONALITY OF PUBLICISM GENRES

Sibirko Nadezhda Sergeevna, Ph. D. in Philology
Pyatigorsk State University
nsibirko1@yandex.ru

Not only the attitude of the society to the mass media has been changing recently, but also the renewal of the very communicative space is taking place. In this new situation the study of publicism discourse has become one of the main objects of study of the communication theory. The task of the article is to show that the extralinguistic factors, namely, the sphere in which the verbal communication occurs, is a key factor of not only the formation of publicism style, but also its evolution: changing of its basic characteristics and appearance of its new genre forms.

Key words and phrases: communication; publicistic space; discourse; genre; language means; mass media; addresser; addressee.