

Литература

1. Легойда В. Религиозный дискурс в современных СМИ: можно ли говорить о христианстве в эпоху секуляризма // Фома. – 2006 [foma.ru/about/legoйда/article.php?id=3486&phrase_id=109379]
2. Лихачев Д.С. Два типа границ между культурами // Лихачев Д.С. Очерки по философии художественного творчества. – СПб., 1999. – С. 103–108.
3. Мисонжников Б.Я. “Прозрачные” грани эстетизма: от познания – к речи // Семиосфера: в лабиринте знаков и образов: Сб. науч., публицист. и художеств. Произведений / Отв. Ред. Б.Я. Мисонжников, А.В. Рябов. – СПб.: ИНТАН, 2009. – С. 3 – 13.
4. Морозов А. Вера в мире коммуникаций // Религия и СМИ. – 16.10.2002 [<http://www.religare.ru/article309.htm>. http://www.religare.ru/2_309.html]
5. Папафанасу А. Язык Церкви и язык мира: диалог или конфликт?: Пер. с англ. // www.reshma.nov.ru/alm/pr_sov/language.htm (Papathanassiou A.N. The Language of the Church and the Language of the World: An Adventure of Communication, or Conflict? // Sourouz, 1999. – № 76. – P. 36–43).
6. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. – М., 2001. – 268 с.
7. Скарга Б. Деформация человека на Востоке и на Западе // Новая Польша. – 2000. – № 6. – С. 33 – 37.
8. Суздальцева В.Н. «Дорога к храму...»: Лексика религиозной тематики в российской лингвокультурной модели мира // Журналистика и культура русской речи. – 2006. – № 3. – С. 32 – 37.
9. Фуко М. Археология знания: Пер. с фр. / Общ. ред. Бр. Левченко. – Киев.: Ника-Центр, 1996. – 208 с.

РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ГАЗЕТЫ И АСПЕКТЫ ЕГО ИЗУЧЕНИЯ

Шипицына Галина Михайловна,
Свистельникова Светлана Александровна
Национальный исследовательский университет «БелГУ»

В статье вводится понятие речевого портрета газеты как системы ее разнообразных признаков. Предлагаются аспекты изучения речевого портрета газеты: концептуальный, целевой, поведенческий, социокультурный, дискурсивный и стилистический.

Ключевые слова: речевой портрет газеты, неоднородность газет, аспекты изучения, речевое поведение, социальная среда, дискурсивный, языковые средства.

The article introduces the notion of verbal portrait of a newspaper as a system of its various characteristics. It offers some aspects of studying the verbal portrait of a newspaper: conceptual, purposeful, behavioural, sociocultural, discursive and stylistic.

Keywords: *verbal portrait of a newspaper, newspaper heterogeneity, aspects of studying, verbal behaviour, social environment, discursive and linguistic means.*

Печатное издание СМИ, в нашем случае газета, представляет собой феноменальный дискурсивный продукт, язык которого должен быть учтен при осмыслении инновационных процессов в русском языке последнего десятилетия. Современная лингвистическая научная парадигма отличается многогранностью и стремлением к наиболее полному охвату самых разных сфер функционирования публичного языка новейшего времени. Описание разновидностей национального русского языка необходимо как для создания целостной картины речевой деятельности его носителей, так и для обнаружения устойчивых тенденций его развития. Этим обусловлен интерес лингвистов к описанию языка определенных социогрупп (элитной части социума, группировок масскультуры (жаргоны, сленги), язык духовенства, политиков, профессиональные языки и т. д.). В результате таких исследований было установлено, что именно в политическом дискурсе наиболее остро проявляются лингвокультурные различия и противоречия общества, обусловленные дисгармонией и несовместимостью концептов массового сознания носителей различных идеологий и жизненных ценностей. Но «именно дисгармония политического дискурса особенно опасна: она несет в себе угрозу провоцирования и обострения конфликтов, не позволяет эффективно решать проблемы, жизненно важные для современного человечества» [Павлова 2008: 85].

Несомненно, газет сейчас много и по своему содержанию они различны, и потому для каждой из газет эти особенности свойственны в разной степени. В связи с этим мы можем говорить о закреплении за тем или иным изданием публицистической периодики определенного набора языковых средств, особенно – наиболее частотных слов, поскольку слова отражают результаты когниции и ментальной интерпретации смыслов. Языковые средства печатного издания, на наш взгляд, можно считать главной составляющей понятия *речевой портрет газеты*.

В лингвистической литературе понятия «речевой портрет газеты» нам не встретилось, возможно, оно вообще не было пока введено в метаязык описания газетного дискурса. Мы же считаем опору на это понятие в описании специфики газеты продуктивным. По нашему мнению, *речевой портрет газеты* представляет собой сложное коммуникативное образование, существенные признаки которого можно выявить через систему диагностирующих категорий. К числу таких категорий мы предлагаем отнести концептуальную исходную базу газеты, основные элементы которой обусловлены коллективным идеологическим сознанием, систему речевых и литературных жанров газетных мате-

риалов, состав и характер образных средств, в том числе реминисценций, отбор и сочетание языковых единиц.

Структура понятия «речевой портрет» применительно к такому объекту, как газета, достаточно сложна, так как предполагает характеристику не только языка газеты, но и многих других элементов этой структуры (пресуппозицию; прагматику; степень объективности в передаче информации; набор сюжетных линий и сфер действительности, отображаемых в материалах; национально-культурную, духовно-культурную и мыслительную составляющие; идеологические ориентиры; отражение лингвистической и языковой компетентности редактора и степень ориентации газеты на вкусы читателей и многое другое). Особенностью понятия «речевой портрет газеты» является его неоднородность. Она проявляется в следующем:

1) Речевой портрет газеты является результатом объединения речевых произведений множества авторов газетных заметок, «пропущенных» (обычно) через сознание и правку редактора.

2) Речевой портрет газеты обусловлен специфическими особенностями языкового оформления. Это, во-первых, дефицит времени на стилистическую обработку материала со всеми вытекающими отсюда последствиями. Печатная пресса всегда старалась поставлять свежие новости и делать это достаточно быстро, отсюда и возникают всевозможные неточности, оговорки и речевые ошибки. Во-вторых, газета обычно ориентируется на вкусы и идеалы читателей и поэтому стремится удовлетворить их информационные запросы. При этом происходит своего рода некая игра (точнее, заигрывание) с потребителями новостей. Газета работает по принципу: пишу не только, а иногда и не столько, то, что есть на самом деле, а то, что мой читатель хочет прочитать. В-третьих, одним из основных средств воздействия на человека является повышенная экспрессивность и эмотивность текстов печатных СМИ. Её универсальность и специфика состоит в том, что, по словам В.Г. Костомарова, «создавая экспрессивный эффект, можно легко обходиться общим указанием, условным знаком, какой-либо случайностью» [Костомаров 1971: 149]. В-четвертых, это ориентация газеты на «языковую моду» нынешнего дня, что влечет за собой снижение официальности языка массовой коммуникации: издания и их авторы пользуются теми средствами языка, которые не просто актуальны, а еще и модны. Поэтому можно утверждать, что «четвертая власть» является «законодателем языковой моды». В-пятых, использование речевых средств по принципу экономной затраты сил: «концентрация речевых средств заключается в накоплении и систематизации слов в закрепленных значениях и речевых отрезках вокруг определенных тематических линий» [Костомаров 1971: 191].

3) Понятие «речевой портрет газеты» зависит также от целевой направленности газеты, то есть от того, какую именно функцию, помимо информационной, выполняет то или иное печатное издание.

Изучение речевого портрета газеты может осуществляться в различных направлениях. Назовем пути, которые, на наш взгляд, могут соответствовать духу времени и вписываться в современную научную парадигму.

1-й аспект – *концептуальный*. Он предполагает изучение особенностей картины мира (страны), отраженных в концептуальном содержании газеты. В этом случае предметом исследования является актуализация языковыми средствами системы концептов, представляющих действительность содержанием своих материалов. Данный аспект необходим, поскольку языковое воплощение мыслительного содержания вторично, оно определяется когнитивными факторами речетворчества носителей языка.

2-й аспект – *целевой*. Он направлен на исследование стратегии и тактики газеты в рамках ее речевого портрета. Стратегическая целевая устремленность материалов может меняться, также могут вести себя и тактические ходы, подчиняясь определенным целевым стратегиям. Думается, что этот аспект в большей степени будет интересен для специалистов в области журналистики, нежели для лингвистов.

3-й аспект – *поведенческий*, учитывающий особенности речевого поведения газеты. В нем представляют определенный интерес следующие составляющие этого понятия: 1) соотношение речевой традиции и черт языкового модернизма. Предположительно в речевой традиции современных политических материалов в газетах могут отражаться административно-чиновничьи черты партийной системы прошлых десятилетий. Языковой же модернизм может проявиться в привлечении средств выражения атрибутов постперестроечного периода России XXI века. 2) Умение переключаться с одного языкового пласта на другой в передаче социальных ролей персонажей газетных материалов. 3) Выбор авторами контактоустанавливающих средств. 4) Ведущие формулы выражения стереотипных и «нештатных» ситуаций. 5) Прагматическая устремленность текстов: ориентация на толерантность или агрессию; степень речевой провокационности; разнообразие коммуникативных форм общения с читателем; способы выражения недружелюбности и предпочтительности; способы зомбирования сознания читательской аудитории; характер социальной направленности текстов; актуализация способов донесения смыслов; границы апперцепционной базы (опыт, культура, история, образование, быт и тому подобное) с разграничением таких разновидностей, как общенациональная база (народ, этнос, электорат), и идеологически ограниченная, групповая (семейная, корпоративная, партийная и др.).

4-й аспект – *социокультурный*. Он связан с такими понятиями, как русская ментальность и социальная среда. Здесь следует обращать внимание не только на язык и прагматику текстов, исходящих от их создателей, но и на перспективы восприятия газетных материалов, учитывая то, что языковая компетентность и индивидуальное осознание смыслов даже общеупотребительных слов и конструкций варьируется в широких пределах у различных получателей предлагаемой информации в зависимости от их идеологии, типа мышления, идеалов и текущих жизненных проблем.

5-й аспект – *дискурсивный*. Это анализ текста с учетом комплекса условий его создания и особенностей выполнения им коммуникативных задач. Мы солидарны с мнением О.В. Александровой в том, что «тексты СМИ представляют собой именно дискурс, они всегда динамичны и современны, они воспринимаются участниками коммуникации в контексте происходящих событий. Как известно, материалы, относящиеся к этому регистру речи, своего рода «сплав» всего спектра функциональных стилей языка, в них функция сообщения реализуется в той же мере, что и функция воздействия, для чего используется весь набор имеющихся в распоряжении языка средств» [Александрова 2002:81].

И наконец, 6-й аспект – *стилистический*. Он устремлен в изучение состава языковых средств, их отбора и сочетания, хотя бы в основных диагностирующих направлениях. Работая в данном аспекте, мы должны сделать следующее: выявить «диагностирующие пятна» речевого портрета газеты, осуществить характеристику лексических, фразеологических, паремических, словообразовательных, грамматических средств, произвести анализ образных средств (системы тропов и стилистических фигур). При этом анализ языковых средств должен быть направлен на выявление мотивировки их выбора. Следует раскрывать зависимость выбора того или иного языкового средства от целевой установки текста, то есть с учётом пресуппозиционной составляющей его создания.

Литература

1. Павлова Е.К. Лексические аспекты дисгармонии политического дискурса // Филологические науки. – 2008. – № 1. – С. 85–94.
2. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе (Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1971. – 366 с.
3. Александрова О.В. Когнитивно-прагматические особенности построения дискурса в средствах массовой информации // Текст и дискурс: традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования: сб-к научных трудов. – Рязань: изд-во Рязан. гос. пед. ун-та им. С.А. Есенина. – 2002. – С. 80–83.