

КОММУНИКАТИВНЫЙ АНАЛИЗ БЕЛОРУССКОГО ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В СОПОСТАВЛЕНИИ С АНГЛОЯЗЫЧНЫМ¹

Шевцова Алеся Константиновна

Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова
(г. Могилев, Беларусь)

Статья посвящена анализу коммуникативного взаимодействия публициста и читателей в рамках газетных статей на белорусском и английском языках.

Ключевые слова: коммуникативный анализ, публицистический дискурс, коммуникативное взаимодействие, эксплицитные средства воздействия.

The article deals with the analysis of the communicative interaction of a journalist and a reader within the newspaper articles in Belarusian and English.

Keywords: communicative analysis, journalistic discourse, communicative interaction, explicit affecting means.

Лингвистика двадцать первого века продолжает фокусировать внимание на изучении языка в контексте коммуникативной ситуации в совокупности с прагматикой и экстралингвистическими факторами, которые предопределяют особенности функционирования и восприятия языка. «Можно утверждать, что в социально-научном знании происходит формирование новой парадигмы – коммуникативной. Двадцатый век был веком лингвистики, двадцать первый век будет веком коммуникации» [цит. по 1, с. 22].

Язык газеты, на первый взгляд, имеет монологическую природу. Однако если принимать во внимание его коммуникативную направленность, ориентацию на потенциальных читателей и учет их реакции журналистами при составлении текстов статей, то мы вправе говорить о публицистическом дискурсе и не односторонней, но двусторонней коммуникации [3; 4]. Таким образом, публицистический дискурс становится объектом коммуникативного анализа.

Коммуникативный анализ в настоящей статье понимается как исследование информационно-коммуникативных отношений, предполагающих взаимосвязь и взаимодействие субъектов публицистического дискурса. Согласно И.А. Стернину, коммуникативный анализ включает целый комплекс параметров: цели каждого из участников коммуникации, типы общения, происходящего между

¹ Исследование выполнено в рамках НИР «Тенденции развития и функционирование белорусско-язычного медиадискурса в условиях глобализации и межкультурного диалога» (№ госрегистрации 20161437) подпрограммы «Белорусский язык и литература» государственной программы научных исследований «Экономика и гуманитарное развитие белорусского общества» на 2016–2020 гг.

участниками коммуникации (открытое/закрытое, инициативное/принудительное, официальное/неофициальное, этикетное/свободное и т. д.), соблюдение этикетных норм, транзакционный анализ общения субъектов коммуникации (по Э. Берну), речевые игры, обнаруживающиеся в общении, интерпретация косвенных смыслов высказываний, действие законов коммуникации, невербальное поведение субъектов, соблюдение универсальных принципов бесконфликтного общения, правила и приемы речевого воздействия [2, с. 3–4].

Фактическим материалом исследования послужили 60 статей из белорусскоязычных газет («Звязда», «Лім», «Наша слова», «Краізнаўчая», «Настаўніцкая», «Зара над Друццю», «Кіравец», «Узгорак», «Шлях Кастрычніка», «Універсітэцкі веснік», «Рэспубліка», «Беларускі час») и 60 статей из англоязычных газет (The Independent, The Mirror, Morning Star, The Observer, The Daily Telegraph, Daily Mail, The Guardian, The Sun, Express and Star).

Эксплицитными (прямыми) средствами обращения автора к читателю служат побудительные, восклицательные и вопросительные высказывания, адресованные читателям, личные местоимения. В белорусских статьях эксплицитные средства обращения составляют 31%, в британских – 19%, которые используются в начале и в конце статьи. Косвенные обращения в газетах представлены местоимениями. Косвенные обращения к аудитории в белорусских статьях составляют 23%, в британских – 15%. В белорусских статьях обращение через солидаризацию адресанта и адресата нами было обнаружено почти в каждом издании, которое составляет 38%, в британских статьях – 24% от общего количества обращений.

Обращения с призывом в белорусских статьях занимают 21%, а в британских – 33%. Они невелики по своему объёму, чтобы вызвать необходимую адресанту эмоциональную реакцию. Такие обращения в белорусских газетах носят более категоричный характер, а в британских, напротив, звучат мягче и имеют более рекомендательный тон.

В белорусских газетах, как показало проведенное исследование, важную роль играет национальный компонент, «нацыянальная самасвядомасць». В 86% автор создает собирательный образ читателей, объединяя их в одно понятие «Беларусь». В британских исследуемых статьях нами не был выявлен эксплицитно представленный национальный компонент.

В белорусских газетных статьях достаточно частотными являются глаголы и существительные со значением соответствия пожелания и поздравления. В белорусских – данная тактика была идентифицирована в 22% статей. В британских статьях нами не было отмечено очевидного использования такой тактики.

В ходе проведенного нами исследования мы выявили, что белорусские газеты больше воздействуют на сферу эмоций читателей, включая в своё содержание большое количество метафор, повторов и эллипсисов. Для публици-

ста важно сознательно подвергать свои слова анализу и предугадывать, какое впечатление данные особенности произведут на ту или иную читательскую аудиторию. Языковые средства носят экспрессивный характер и ориентированы на передачу информации, а также воздействие на читателей. Британские газеты больше воздействуют на сферу разума читателей, опираясь на большое количество цитат, статистических данных, конкретных примеров. Они построены на множестве доказательств, содержат обобщения и примеры. Коммуникативное взаимодействие сближает автора с аудиторией и стимулирует развитие диалога, приглашает читателей к дискуссии.

Также нами было выявлено, что читательская аудитория является активным участником общественного диалога. Именно диалог является основной коммуникативной формой речи. Информация, закодированная в высказывании с помощью языковых средств, неоднородна по степени лёгкости и осознанности её декодирования. Часть информации в высказывании выражается эксплицитно, т. е. с помощью языковых средств, специально предназначенных для её непосредственного выражения. Именно на этой части содержания высказывания, по замыслу его автора, должно сосредоточиваться сознание адресата. Эксплицитная информация осознаётся адресатом как та мысль, ради выражения которой и было употреблено данное высказывание. Также практически любое высказывание содержит имплицитную информацию, которая характеризуется пониженной коммуникативной значимостью и косвенностью кодирования. Эта информация тоже передаётся адресату, но, в отличие от эксплицитной, она в меньшей степени контролируется его сознанием, сосредоточенным на эксплицитной информации. Достаточно распространённым как в британских, так и в белорусских статьях является обращение через солидаризацию адресанта и адресата. Таким образом, коммуникативное взаимодействие в рамках газетной статьи присутствует и функционирует по двум основным направлениям: воздействие на разум и чувства читателей со стороны публициста, а также скрытая обратная связь со стороны читателей. Наиболее очевидными идентификаторами такой связи служат три типа вопросов (вопросы от имени читателей, вопросы для читателей и вопросы от читателей), непосредственно связанных с читательской аудиторией.

Литература

1. Куликова, Л.В. Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме : монография / Л.В. Куликова. – Красноярск : Краснояр. гос. пед. ун-т имени В.П. Астафьева, 2006. – 392 с.
2. Стернин, И.А. Анализ коммуникативных ситуаций / И.А. Стернин. – 2-е изд., испр. и доп. – Воронеж : Истоки, 2013. – 50 с.
3. Shevtsova, A. Communicative interaction of the reader and the publicist in British and Belarusian newspaper articles / A. Shevtsova // Languages and People: Diversity and Harmony : 4th International Conference of Applied Linguistics, Vilnius, 28–30 September 2016. – Vilnius University, 2016. – P. 56.

4. Shevtsova, A. Principles of dialogization in British and Belarusian publicistic discourse / A. Shevtsova // Вестник МГЛУ. Сер. 1, Филология. – 2016. – № 6(85). – С. 56–62.