

КОММУНИКАТИВНЫЙ СТИЛЬ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ КОМПОНЕНТ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА¹

Статья посвящена анализу коммуникативного стиля ведущих и журналистов белорусских телевизионных новостей по сравнению с коммуникативным стилем американских ведущих, который характеризуется как точный, рациональный, статусно-ориентированный и эксплицитный. Результаты исследования позволяют выдвинуть предположение о синтетичности коммуникативного стиля ведущих отечественных новостей, поскольку в нем сочетаются черты как низкоконтекстных сообществ, так и высококонтекстных лингвокультур.

Понятие стиля коммуникативного взаимодействия прочно вошло в философскую, психологическую и социологическую парадигмы научных изысканий. Коммуникативный стиль тесно переплетается со стилем межличностного взаимодействия и даже жизненным стилем индивида. Согласно Альфреду Адлеру, жизненный стиль представляет собой «уникальное соединение черт, способов поведения и привычек, которые, взятые в совокупности, определяют уникальную картину существования индивида» [1]. Соответственно, коммуникативный стиль может быть определен как совокупность привычных и устойчивых способов коммуника-

¹ Исследование выполнено в рамках НИР «Тенденции развития и функционирования белорусскоязычного 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.

тивного поведения (паттернов), присущих конкретному человеку и используемых им при установлении отношений с другими людьми.

Л.В. Куликова указывает на то, что коммуникативный стиль «может отражать существующие в культуре предпочтения по выбору вербальных, невербальных и паравербальных средств в организации межличностного взаимодействия» [2, с. 35], то есть коммуникативный стиль культурно маркирован. В качестве рабочего определения коммуникативного стиля в нашем исследовании примем дефиницию Л.В. Куликовой: «это ментальное явление, представленное в сознании как совокупность коммуникативных норм, правил и коммуникативных концептов» [2, с. 38].

Кроме того, исследователь оперирует понятием национального коммуникативного стиля, который реализуется во всех типах дискурсов данной коммуникативной культуры и рассматривается как «устойчивая совокупность коммуникативных представлений, правил и норм, опосредованных культурой как макроконтэкстом коммуникации, проявляющихся в отборе языковых средств, организации смысла и национально маркированном коммуникативном поведении носителей языка» [3, с. 182]. Также Л.В. Куликовой предлагаются базовые характеристики для моделирования национального коммуникативного стиля: прямой (эксплицитный) или непрямой (имплицитный) способ выражения сообщения, рациональный или интуитивный вербальные стили, точный и детальный стили коммуникации, личностно-ориентированный или статусно-ориентированный стили [3, с.194–209].

Объектом нашего исследования является белорусско- и англоязычный новостной дискурс, входящий в жанровую парадигму более широкого по значению медийного дискурса. На сегодняшний день медиадискурс представляется наиболее актуальной сферой функционирования национального языка, в том числе и белорусского языка, который вновь переживает стадию возрождения при поддержке деятелей медиакультуры. Телевизионный новостной дискурс – это ситуативный тип дискурса, т. е. он существует только на телевидении и в определенно установленное время. А также он имеет свои стилистические особенности. Так, можно говорить о лингвистической вариативности в сфере данного типа дискурса, а, в частности, коммуникативного поведения ведущих новостей [4; 5]. При этом в случае рассматривания репрезентативного среза новостных передач национального телевидения представляется возможным установить общие черты коммуникативного стиля ведущих новостных программ, моделировать прототипический национальный коммуникативный стиль.

В настоящей статье будут представлены первые результаты исследования, которое требует дальнейшей разработки проблемы с привлечением большего количества фактического материала. На данный момент выводы основаны на анализе скриптов 24 новостных выпусков (12 телепередач на белорусском языке и 12 – на английском).

Как уже отмечалось выше, основной целью новостного выпуска является информирование зрителей о происходящих событиях в стране и мире. Однако проведенное исследование показало, что даже эта магистральная стратегия новостного дискурса может реализовываться несколько специфично в двух лингвокультурах. В данном ракурсе изложения полученных результатов обратимся к дихотомии

«**точный / детальный стиль коммуникации**». Многие исследователи сходятся во мнении, что точный стиль коммуникации характерен для низкоконтекстных индивидуалистических культур (в том числе общества США и Великобритании), а детальный коммуникативный стиль превалирует в высококонтекстных коллективистских лингвокультурах (в том числе в странах Юго-Восточной Европы). Однако проведенное исследование показало, что белорусские новостные выпуски менее насыщены выразительными средствами, стилистически-окрашенными лексемами по сравнению с англоязычными. В американских новостях имеют место многочисленные метафоры (*hell on earth; heart of the matter; celebration of hope; the war of words*), эпитеты (*strikingly different locations; escalating tension; chilling new details; horrifying massacre; exiting place*), перифразы (*a child of god (=human); to take life (=to kill)*), фразеологические обороты и идиомы (*the rains are already taking their toll; raise the stakes; hush money*). Для белорусскоязычных новостей не характерно такое активное использование вышеупомянутых средств. То есть для белорусских ведущих типичен более точный стиль коммуникации по сравнению с их англоязычными коллегами. При этом сопоставление с новостными выпусками на русском языке показало, что русский коммуникативный стиль характеризуется самой высокой частотностью использования экспрессивных средств, что подтверждает традиционную интерпретацию и соотнесенность описываемого параметра «точный / детальный стиль коммуникации» с конкретными лингвокультурами мира.

Следующий параметр для анализа коммуникативного стиля – дихотомия «**рациональный / интуитивный вербальный стиль**». В настоящее время общепризнанной является мысль о том, что СМИ играют роль манипуляторов сознания. В том числе и новостной дискурс реализует не только и не столько функцию информирования, сколько функцию убеждения, манипулирования общественным сознанием. Процесс убеждения направлен на то, чтобы превратить определенную информацию в установки, собственное убеждение самой личности. Для того чтобы выполнить данную задачу, ведущие информационных программ часто обращаются к стратегиям убеждения и аргументации. В рамках описываемой дихотомии белорусские ведущие вновь не подчиняются принятым стереотипам о предполагаемом интуитивном стиле коммуникации, поскольку они чаще апеллируют к конкретным фактам, статистическим данным, цитатам для аргументирования презентуемого новостного сообщения нежели их американские коллеги, которые в большей степени опираются на аналогии, сходства, используемые для убеждения зрителей и получения их одобрения. Например: *Каля 400 000 пацыентаў атрымалі дапамогу ў гэтым адзяленні; Сусед выратаваў суседа на пажары ў Магілёве: гарэў дом па вуліцы Алтайскай. З-над даху валіў плотны дым. Гэта заўважыў мясцовы жыхар і адразу кінуўся на дапамогу* (Беларусь-4).

Относительно следующей дихотомии о **лично ориентированном или статусно-ориентированном стилях** коммуникации следует сказать, что в этом случае белорусский вербальный стиль ведущих новостей укладывается в общепринятые рамки контекстуализирующих маркеров лингвокультуры. В белорусскоязычных новостных выпусках ведущие и журналисты отдают предпочтение исполь-

зованию личных местоимений первого лица множественного числа (*Тыя эмоцыі, якімі мы, беларусы, жывілі <...>* (Беларусь-1). В то время как американские ведущие склонны выражать собственную точку зрения, прибегая к использованию личного местоимения первого лица единственного числа. Более того, они могут позволить себе в прямом эфире более экспрессивные и даже вольные комментарии, не входящие в сценарий программы. Так, например, ведущий программы CNN «Newsroom» попал в затруднительное положение, эмоционально отреагировав на цитату Дональда Трампа: *Donald Trump then said about the history of China and North Korea: "It's not so easy". Ahh...I mean... Is that...I... I don't understand why I am reacting like this.*

В рамках дихотомии «**прямой (эксплицитный) или не прямой (имплицитный) способ выражения сообщения**» белорусский новостной дискурс не подчиняется устоявшемуся стереотипу о превалировании имплицитного способа коммуникации в высококонтекстных культурах. В отечественных новостях основной акцент делают на содержании выпуска, а не на том, как это содержание представлено публике. В американских новостях, напротив, из новости делают представление, не замыкаясь на ее содержании. При этом, однако, в новостных комментариях белорусские журналисты чаще своих американских коллег используют слова-аппроксиматоры, наречия со значением вероятности, вводные конструкции со значением предположения. Например: *А яшчэ тут подрывталі больш за 100 эндаскапістаў* (Беларусь-4); *А 4-й раницы ЗША, Брытанія і Францыя вытусілі больш за сотню крылатых ракетаў на ваенных аб'ектах Башара Асада* (Беларусь-4).

Таким образом, подводя итог проведенному этапу исследования, можно заключить, что коммуникативный стиль ведущих и журналистов белорусских телевизионных новостей по сравнению с коммуникативным стилем американских ведущих характеризуется как точный, рациональный, статусно-ориентированный и эксплицитный. В то же время белорусская лингвокультура традиционно относится к высококонтекстным коллективистским культурам. Однако полученные результаты позволяют выдвинуть предположение о синтетичности коммуникативного стиля ведущих отечественных новостей, поскольку в нем сочетаются черты как низкоконтекстных сообществ, так и высококонтекстных лингвокультур.

Список литературы

1. Василик, М.А. Стиль жизни: как распознавать коммуникативные стили других и понять свой / М.А. Василик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/stil-obshchenie-vzaimodejstvie-harakter-horni-adler-ehgoecentrizm-manipulyaciya-otnoshenie-vliyanie-ehmpatiya-stremlenie-cel-povedenie>. – Дата доступа: 12.04.2019.
2. Куликова, Л.В. К понятию коммуникативного стиля / Л.В. Куликова // Вестник ВГУ. Серия Филология. Журналистика. – 2004. – № 1. – С. 34–39.
3. 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.

4. Шевцова, А.К. Коммуникативное поведение участников радиодискуссий в белорусской и британской культурах / А.К. Шевцова // Контрастивные исследования: текст, предложение, слово : сб. науч. ст. ; редкол.: Т.П. Карпилович (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2013. – Вып. 2. – С. 38–43.

5. Shevtsova, A. Syntactic means of natural communicative style in British and Belarusian radio discussions / A. Shevtsova // A collection of research papers and insights on discourse linguistics and beyond: based on international round table discussions. Volume II: Current approaches in Eastern Europe; ed. by Y. Kuzmina [and others]. – Berlin : Sprachlit ; De-iure-pl, 2018. – P. 238–240.