



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНСТИТУТ РУССКОГО ЯЗЫКА
им. А. С. ПУШКИНА



**ФИЛОЛОГИЯ
И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ
КОММУНИКАЦИЯ:
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ,
ИНФОРМАЦИОННЫЕ
И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ
АСПЕКТЫ
ОБЩЕСТВЕННО-РЕЧЕВОЙ
ПРАКТИКИ**

Коллективная монография
Москва
2019

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ РУССКОГО ЯЗЫКА
им. А. С. ПУШКИНА

**Филология
и межкультурная
коммуникация:
социокультурные, информационные
и образовательные аспекты
общественно-речевой практики**

Коллективная монография

Москва
2019

УДК 81.1

ББК 81

А 68

*Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина.
Протокол № 4 от 28 января 2019 г.*

Рецензенты:

Б. И. Фоминых, кандидат филологических наук, профессор Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина;

Э. М. Афанасьева, доктор филологических наук, доцент, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

Аннушкин В.И. и др.

А 68 Филология и межкультурная коммуникация: социокультурные, информационные и образовательные аспекты общественно-речевой практики: Коллективная монография: Электронное издание. – М., 2019. – 263 с.

ISBN 978-5-98269-172-9

Монография по актуальным проблемам современной филологии и межкультурной коммуникации подготовлена учеными и преподавателями кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации и кафедры общего и русского языкознания Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина. В ней затрагивается широкий круг вопросов, касающихся как теоретического обоснования спорных вопросов классической и современной науки, так и практического анализа сегодняшней языковой действительности, связанной с культурой и всем комплексом речеведческих дисциплин.

Книга рассчитана на специалистов в области филологии и лингвокультурологии, лингвистики и межкультурной коммуникации, речеведения и коммуникативных дисциплин и может быть рекомендована студентам факультетов филологии и лингвистики для использования в учебном процессе.

УДК 81.1

ББК 81

© Аннушкин В.И. и др., 2019

© Государственный институт русского языка
им. А.С. Пушкина, 2019

ISBN 978-5-98269-172-9

Содержание

В. Г. Костомаров

Предисловие 7

В. И. Аннушкин

Современная филология в системе гуманитарных дисциплин
и практике речевой коммуникации 8

Т. В. Кудоярова

Русский язык в современной образовательной среде
новых независимых государств на постсоветской территории 34

Н. Г. Брагина

Межкультурная коммуникация как область исследования 48

А. С. Мамонтов

Лингвокультурология в процессе обучения русскому языку
как средству межкультурной коммуникации 59

А. В. Щербаков

Трансформация жанрово-стилистической системы русского языка
в конце XX – начале XXI века 80

И. В. Мануйлова

Культура современной деловой речи
и основы профессионально-делового общения 108

В. В. Богуславская, А. Г. Ханова

Медиа и межкультурная коммуникация:
взаимопроникновение и совместное развитие 117

А. Г. Жукова

Телепродажи как дискурсивная практика: штрихи к портрету 139

О. И. Горбич

Современные технологии в преподавании русского языка 168

Э. А. Китанина

Социокультурные роли иноязычного слова
в современном медиадискурсе 188

Е. Ф. Киров

Текст и дискурс на русском языке
в межкультурной и внутрикультурной коммуникации207

С. В. Ионова

Информативная ценность лингвистических единиц
в новых формах общественно-речевой практики224

П. А. Катышев

Вовлечение как феномен общественно-речевой практики:
критический анализ.243

Предисловие

Создание коллектива научно-педагогических единомышленников – процесс таинственный и непростой. Он невозможен, если в нем нет личностей, мыслящих новаторски и своеобразно, заряженных на открытие нового – при преклонении перед памятью учителей и знаниями научных предшественников. Такой коллектив складывается годами и десятилетиями, а когда складывается, не стоит на месте, а постоянно развивается и совершенствуется, несмотря на все трудности текущего момента.

Я наблюдаю и участвую в жизни коллектива кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации со дня ее основания в 2004 году. Могу свидетельствовать, что у нас сложился стиль честного и требовательного, взаимоуважительного отношения друг к другу и создаваемым научным трудам. Сегодня этот стиль трудно сохранить вследствие огромных информационных нагрузок, иначе говоря, необходимости писать много чиновничьих бумаг, но от этого нисколько не изменилась, но даже наоборот, увеличилась наша потребность в научном творчестве, которое невозможно представить без увлекательности и страстности по отношению к делу.

Читатель, открывающий данную книгу, может быть уверен, что она написана людьми неравнодушными, но преданными своей профессии и той конкретной области, которую они развивают, защищают и обогащают новыми идеями и предложениями. В науке невозможно прожить «серой мышкой», в науке «всяк мудрец на свой образец», здесь ценятся разномыслие и творчество, основанное на «свете ушедших умов». Каждая глава в предлагаемой монографии с безусловностью претендует на то, чтобы стать самостоятельным вкладом в ту область научного творчества, которой автор посвящает всю свою профессиональную жизнь. Этих областей, как почувствует читатель, много – здесь и филология с потребностью точно определить предмет этой науки, и межкультурная коммуникация, и лингвокультурология, и жанристика, и стилистика, и культура речи, и деловое общение, и такие актуальные области общественно-речевой практики, как СМИ, и вопросы технологии обучения, хотя все авторы ориентируют свои тексты на то, чтобы их использовать в учебной аудитории.

Конечно, всякая книга, имеющая совокупный образ автора (он, безусловно, присутствует и в научной речи!), ждет своего доброжелательного критика. Ждет его и коллектив кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации – в ясном понимании того, что нас всех объединяет любовь к науке о русском языке и уверенность в ее будущем.

В. Г. Костомаров,
академик РАО, президент Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина,
профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации

Современная филология в системе гуманитарных дисциплин и практике речевой коммуникации

Глава 1.

Современная филология в составе гуманитарного знания и системе гуманитарных дисциплин

§ 1. Филология в классической традиции и современной науке

Термин *филология* осмысляется прежде всего этимологически. Филология – учение о Слове, объяснять ли «Слово» через его сакральный смысл – как божественный дар, которым обладает человек, или как текст, речь (осмысленную и выражающую мысль во всех ее проявлениях), или просто как лексему-слово (от этого объяснения филология также мало чего теряет, поскольку богатство слов выражает богатство и разнообразие жизни).

Однако мы, филологи, неслучайно настаиваем, что именно наша наука лежит в основании гуманитарного знания. Этому есть свидетельство в главном тексте человечества – Священном Писании: «В начале было Слово. И Слово было у Бога. И Бог был Слово» (Ион. 1, 1). Именно Словом Господь творит мир, и Слово становится орудием создания мира – в этом проявляется орудность слова. Сотворив человека, Господь вкладывает в уста человека способность нарекать имена вещам и предметам внешнего мира. От того, насколько умело человек будет пользоваться словом, будет зависеть и его благоденствие.

Итак, идея Слова – главная идея европейской культуры. Слово как знак именуется все сущее, получая не только внешнюю форму выражения в звуке или на письме, но и наделяя это выражение смыслом. Поэтому слово (греческий *логос*) – не только внешняя речь, но и мысль. Наделяя все предметы, вещи, понятия смыслом, когнитивная идея слова разветвляется в разные формы знания, формируя науки и искусства. В русской философии слова эти идеи, видимо, первым высказал В.К. Третьяковский в «Слове о витийстве» (1745), когда писал, что «вся вообще филология» объединяет и «узаконяет все знания, науки, художества» [цит. по: Аннушкин 1999: 161].

Очевидна историческая последовательность в появлении словесных наук: филология возникает в древности, языкознание – наука относительно нового времени. Если объяснять развитие науки в связи с «техническим прогрессом в создании текстов» [Рождественский 1996: 19], то филология – наука, появление которой обосновано созданием письма или письменной речи (текстов),

необходимостью комментировать их, систематизировать и предложить правила пользования ими; языкознание – наука, развитие которой инициировано возможностями печатной речи, прогрессом в языковых контактах различных народов, необходимостью исследовать множество языков и их устройство. Последнее оказывается возможным именно в конце XVIII – начале XIX столетия, поэтому говорить об «истории русского языкознания» в Древней Руси терминологически неточно. Более точно говорить об истории филологии, словесных наук, искусств речи, т.е. об истории тех реально существовавших научно-педагогических предметов, в которых представала научная картина мира. В современный век информационных технологий и массового характера научной продукции имеется с трудом исчислимое количество речевых наук, которые будут описаны ниже.

Философия слова, или (если можно так выразиться) философия филологии, предполагала понимание человеческого слова как божественного дара, инструмента организации и творения мира, общества, вселенной – и это отношение к слову вполне сохранено в духовной литературе и этике речи. Философия современного языкознания предполагает прежде всего позитивистский взгляд на устройство языка, отражающего материалистическую природу вещей. Философия слова в его сакральном понимании в некотором смысле была под запретом в советское время, а сегодня имеет лишь ряд блестящих предвосхищений в трудах отдельных авторов (как классических, так и современных, как ученых-философов, так и богословов), но не имеет более или менее полного описания.

Термин *словесность* был создан в России в конце XVIII века и получил интенсивное развитие в первой половине XIX века, когда все филологические науки объединялись этим термином (см. подробный разбор ниже), став, безусловно, аналогом филологии; но еще до него существовали *словесные науки* (термин введен М.В. Ломоносовым) – аналог филологических наук в «доязыковедческий» период истории русской филолого-языковедческой науки. Поскольку история русского языкознания в ее наиболее авторитетных учебниках слабо касается именно словесных наук вследствие накладывания схемы современного научного языкознания на классическую русскую схему филологических = словесных наук, требуется выяснить последовательное развитие как *словесных* = *филологических* = *языковедческих наук* в России, так и коснуться истории и современного понимания самих терминов *слово* – *речь* – *язык*. Этому и посвящена данная часть курса «Основы русской филологии».

О термине *филология* следует сказать отдельно. В современном филологическом образовании сложилась парадоксальная ситуация: на филологических факультетах до недавнего времени не читался курс филологии – ср. с другими факультетами, где невозможно не найти разных курсов по факультетской классификации, например, на историческом факультете – различных курсов

10 | истории (общей истории, истории России, истории других стран), на философском – философии (разных времен и авторов); то же самое обнаружится относительно химии, физики, биологии и др. Пожалуй, только в филологическом образовании отсутствовали курсы *введения в филологию*. Их заменяли пропедевтические курсы введения в языковедение и литературоведение. Однако эти курсы никак не могли заместить отличного от них предмета под названием «филология».

Попытки ясного понимания предмета филологии в современной науке предпринимались, правда, как увидим ниже, результаты этих попыток либо преуменьшались, либо замалчивались.

Так, в 1978 году научной общественности была предложена книга Ю. В. Рождественского «Введение в общую филологию», где был представлен ясный и исторически обоснованный взгляд на предмет филологии. «Филологическое знание, – начинает книгу автор, – состоит в проникновении не только в содержание того или иного текста, но и в его истолкование» [Рождественский 1996: 19]. Ступени в истолковании текста позволяют последовательно выстроить понимание предметов частной и общей филологий: в частной филологии анализируется конкретный текст (его возникновение, авторство, вхождение в данную область культуры), в общей филологии – «общие исторические закономерности понимания и истолкования текстов на фоне развития культуры, прогресса в знаниях и речевом общении, технического прогресса в создании текстов» [Там же].

Предмет филологии в научной теории и педагогической практике недостаточно ясно отличен от предмета языковедения. Несовершенство понимания филологии как конгломерата языковедения (лингвистики) и литературоведения либо как совокупности дисциплин – вне точной определенности научного предмета – очевидно для многих и требует ясного ответа: каков предмет филологии? Ю. В. Рождественским убедительно показано, что одной из главных задач общей филологии является классификация существующих видов текстов и до 70-х годов XIX века общая филология стремилась систематизировать все виды текстов, классифицируя их по родам, видам и формам словесности. После того как «предмет филологии был сведен к литературоведению и языковедению», а «филологи занялись исключительно поэтическими формами речи», из науки ушло «исследование разных риторических форм устной речи, языка и стиля документов, языка и стиля научной литературы и многое другое» [Там же: 20]. К написанному Ю. В. Рождественским добавим, что предмет, о котором идет речь применительно к русской науке до середины XIX века, назывался *словесностью* и именно роды, виды и жанры словесности (теперь уже нового информационного общества) будут исследоваться в общей филологии.

Укажем и на замечание автора о том, что «лингвистика никогда не была общим знанием о языке. Методы лингвистики специально приспособлены

к нормированию и описанию лишь одной из сторон языка, именно – звуков речи, слов и предложений. Лингвистика не включает и не может включать в себя учения о языковых текстах – основе общественно-языковой практики» [Рождественский 1996: 20].

Обосновывается и историческая последовательность филологии и языкознания, а не просто вхождение языкознания в филологию как одной из ее составляющих: «...первоначальное и отправное представление о языке дает именно филология. От того, как филология определит состав языковых текстов и правила их формирования, зависит направление и содержание лингвистического исследования» [Там же: 20]. Конечно, Ю.В. Рождественским отмечены и рождение теории текста, пытающейся лингвистическими методами описывать текст, и, главное, существенный прогресс в языке, характеризующийся созданием средств массовой информации. Сегодня происходит то, что прогнозировалось Ю.В. Рождественским: огромная потребность в изучении языка деловой прозы, развитие риторики и в связи с этим коммуникативных технологий, перенесение интересов в сферу устной речи, особенно в связи с развитием средств массовой информации, формирующих идеологию и стиль жизни в современной России. Решение новых задач, поставленных новыми языковыми отношениями людей (а мы видим сегодня, как эти отношения властно вторгаются и в сферу духа), возможно только на основе «учета всего исторического опыта филологии, который сопрягает культурное наследие языков с развитием материалов и орудий речи» [Там же: 20].

§ 2. Критический обзор научных концепций и взглядов на предмет филологии

Рассмотрим, как определяются филологическое знание и сам предмет филологии в современных популярных и профессиональных словарях, которыми пользуются филологическая общественность и учащиеся. В «Словаре русского языка» **С. И. Ожегова** и **Н. Ю. Шведовой** филология объясняется как «совокупность наук, изучающих культуру народа, выраженную в языке и литературном творчестве» [Ожегов, Шведова 2005: 852]. Понятно, что самостоятельность предмета филологии в данном определении отсутствует, а филология ограничена «языком и литературой». **Ю. С. Степанов** называет филологией «область гуманитарного знания, имеющую своим непосредственным объектом главное воплощение человеческого слова и духа – текст. Ф. характеризуется совокупностью научных дисциплин и их взаимодействием – как общих: языкознание (гл. обр. стилистика), литературоведение, история, семиотика, культурология, так и частных, вспомогательных: палеография, текстология, лингвистическая теория текста, теория дискурса, поэтика, риторика и др.» [Степанов 1997: 592]. Хотя определен главный объект филологии – текст, филология вновь объясняется как «совокупность

12 | дисциплин», куда входят странным образом и история, и семиотика, и культурология – научные дисциплины, предметы которых хотя и могут соединяться, но достаточно самостоятельны.

Характерно, что Ю. С. Степанов переходит от М. В. Ломоносова сразу к «определяющему для русской филологии *лексикографическому* подходу» со ссылкой на работы Я. Грота «Филологические разыскания» (1873), цикл исследований М. М. Покровского на материале греческого и латинского языков (1891). Русская школа словесных наук, словесности, ставшая аналогом филологии и рассматривавшая теорию языка, теорию речи и теорию изящного слога в единой системе (согласно И. И. Давыдову) в первой половине XIX века, оказалась обойденной, опущенной, умолченной.

Когда Ю. С. Степанов пишет об основных направлениях в современной филологии, представленными оказываются только частные филологии: а) «традиционное толкование художественных текстов» (на ограничение предмета филологии художественными текстами указал Ю. В. Рождественский на первых страницах «Общей филологии»: «Филологи занялись исключительно поэтическими формами речи» [Рождественский 1996: 19]; б) семиотический подход (от А. Белого до Тартуской школы, представленной работами Ю. М. Лотмана); в) лингвистика текста (С. И. Гиндин, Т. М. Николаева и др.); г) концептуальный анализ терминов духовной культуры (Н. И. Толстой, Ю. С. Степанов, В. Н. Топоров, Н. Д. Арутюнова – группа «Логический анализ языка»); д) герменевтика с историко-философским уклоном (А. Ф. Лосев, С. С. Аверинцев); е) сопоставительная стилистика (И. Р. Гальперин, А. Д. Швейцер); ж) оригинальное направление, основанное на понятии «языковая личность», представленное работами Ю. Н. Караулова [Степанов 1997: 595]. Из перечисленных направлений, пожалуй, лишь Г. О. Винокур, с одной стороны, и школа А. Ф. Лосева, с другой, обсуждают непосредственно термин **филология**.

Характерен вывод Ю. С. Степанова: «Современная филология стремится к “партикуляризму”, основанному на принципе “каждый язык – как никакой другой”; т. о., в отличие от языкознания, нет “универсальной, или общей, Ф.”, но есть единство разных Ф.». [Там же: 595]. Таким образом, в заключении статьи о филологии ученый приходит к выводу о том, что и предмета-то общей филологии, собственно говоря, никакого нет.

По-видимому, с учетом мнения Ю. С. Степанова предлагает свое толкование **Т. В. Матвеева**, в словаре которой филология определена как «общее название дисциплин, изучающих духовную культуру народа на основе текстов» [Матвеева 2003: 379]. Затем, в сущности, автор повторила перечень дисциплин, имеющих у Ю. С. Степанова: «...языкознание, литературоведение, семиотика, культурология, текстология, палеография и др.» [Там же: 379]. С историческим толкованием филологии нельзя не согласиться («Ф. склады-

вается первоначально как изучение и комментирование древних культурных памятников, затем развивает различные направления, до некоторой степени утрачивая свою целостность и превращаясь в совокупность родственных наук»). Итак, предмет филологии размыт между многими дисциплинами, целостность его «утрачена», это совокупность родственных наук, а сейчас Ф. существует как совокупная форма гуманитарного знания, сосредоточенная на тексте и извлекающая из него массу сведений о «физическом и духовном бытии человека» [Там же: 379].

В наиболее авторитетном и популярном на сегодняшний день словаре «**Культура русской речи**» статья «Филология» отсутствует вовсе, зато есть краткая статья «Словесность» (автор В.Н. Шапошников), в которой автор называет вторым значением термина «словесность» «филологические науки: лингвистика, литературоведение, стилистика и т.д.» [Культура русской речи 2003: 652]. Как видим, здесь также присутствует «совокупность родственных наук», а термины *словесность* и *филология* воспринимаются как синонимы.

Сходство филологии и словесности особенно наглядно подчеркнуто у Т.В. Матвеевой в статье «Словесность»: «Долгое время термин С. как синоним термина *филология* был отодвинут и употреблялся очень редко. В настоящее время понятие С. возрождается как олицетворение необходимости сближения сильно разошедшегося преподавания языка и литературы, возвращение филологического подхода, в соответствии с которым язык рассматривается как материал, из которого создаются речевые произведения, а эти произведения – тексты, в свою очередь, рассматриваются как произведения словесного творчества» [Матвеева 2003: 310].

Одним из наиболее удачных опытов выяснения того, что есть предмет и история филологии, является статья С.С. Аверинцева «Филология», напечатанная еще в БСЭ и перепечатанная посмертно в собрании сочинений, названном «София – Логос. Словарь» [Аверинцев 2006: 452–462]. Филология определяется как «содружество гуманитарных дисциплин, изучающих сущность духовной культуры человечества через языковой и стилистический анализ письменных текстов» [Аверинцев 2006: 452].

Обратим внимание в данном определении на следующие положения, которые весьма точно показывают позицию автора, одного из выдающихся филологов-классиков:

1) вновь не дается определение филологии как науке, но она рассмотрена как совокупность дисциплин; 2) филология соотнесена только с письменными текстами – на наш взгляд, филология имеет отношение ко всем видам словесных произведений, поэтому духовную историю человечества, выраженную в слове, следует начать рассматривать с устной речи, продолжать письменной и печатной, а завершать (она еще не завершена!) текстами СМИ, сколь бы «плоскими» они нам ни казались; 3) филология имеет отношение не

14 | только к духовной, но и к материальной культуре, поскольку как словесное творчество она связана с технологией создания речи, которая также есть культурное совершенствование – ср. новые электронные средства речевой коммуникации, которые также имеют право на то, чтобы быть рассмотренными как объект филологии.

В статье С.С. Аверинцева содержатся замечательные наблюдения над «строгостью» филологического метода, которая состоит «не в искусственной точности математизированного мыслительного аппарата, но в постоянном нравственно-интеллектуальном усилии, преодолевающем произвол и высвобождающем возможности человеческого понимания». Филология и определяется как «служба понимания» [Аверинцев 2006: 456]. Несмотря на справедливость и этическую заостренность этого тезиса, здесь вновь дается скорее метафорическое, нежели точное научное определение предмета филологии.

Исторический очерк развития филологии полон фактов и наблюдений, которые показывают эволюционный процесс становления филологии от античности до середины XIX столетия. Он начат с тезиса о том, что «филология сопровождала культурного человека не везде и не всегда». Само рождение филологии «запаздывает сравнительно с рождением письменной цивилизации», а ее возникновение есть «показатель не только уровня культуры, но и также ее типа и склада» [Аверинцев 2006: 452–462]. При точности данного наблюдения над различными культурами и цивилизациями важно заметить, что сама фактура речи способствует возникновению определенных видов текста, в частности текстов науки и самой филологии, которая названа С.С. Аверинцевым «службой при тексте».

Очевидно, что попытки ответить на вопрос «что есть филология?» были бы более успешны, если бы авторы учли опыт не только недавних предшественников, но и классиков русской филологии и словесности, тем более что такие попытки существовали. Среди классиков, несомненно, должен быть назван профессор Ришельевского лицея К.П. Зеленецкий, написавший в конце жизни после четырех учебников риторики и словесности, опубликованных в Одессе в 1849 году и ставших основными учебниками Российской империи в 50-е годы XIX века, книгу «Введение в общую филологию» [Зеленецкий 1853]. В этой книге представлена история античной филологии и сделано описание филологии в Средние века, в частности, описано известное сочинение Боэция «О браке Филологии и Меркурия» [Зеленецкий 1853]. Этот замечательный труд, предшественник одноименного труда Ю.В. Рождественского, в некотором смысле уникален, поскольку не имеет аналогов ни по широте исследования историко-филологических наук, ни по количеству упомянутых литературных источников филологического знания. Кроме того, очевидна попытка автора на фоне существовавшей критики риторики как словесной науки создать «науку о Слове», знамя которой, по мысли К.П. Зеленецкого,

в трудах о «словесности» водрузил его учитель, профессор Московского университета И. И. Давыдов [Зеленецкий 1846: 18; Давыдов 1837].

Книга Ю. В. Рождественского во втором издании названа «Общая филология». Заслугой Ю. В. Рождественского является ясное отделение предмета филологии от предмета языкознания и литературоведения. Предмет филологии – «словесность, или языковые тексты. Задачей филологии является прежде всего отделение произведений словесности, имеющих *культурное* значение, от таких, которые его не имеют. Для решения этой задачи необходимо сначала обозреть весь массив произведений словесности. Это можно сделать только путем классификации этих произведений» [Рождественский 1990: 112].

Классификация произведений словесности по родам, видам и жанрам в их историческом развитии и современном состоянии выполнена Ю. В. Рождественским в «Общей филологии» [Рождественский 1996], а позднее развита и расширена в «Теории риторики» [Рождественский 2004]. Очевидно, что исторически языкознание как научный предмет следует за филологией. Эта историческая последовательность отражена в таком суждении Ю. В. Рождественского: «После разбора и классификации произведений словесности их необходимо прочитать и оценить. Для правильного прочтения текстов **филология выделяет языкознание** и науки о речи» [Рождественский 1990: 113].

У языкознания имеется свой предмет – система языка и объяснение фактов языка на разных его уровнях (фонетическом, лексическом, словообразовательном, морфологическом, синтаксическом). Хотя языкознание включает различие понятий «язык» и «речь», оно не обращается к анализу речевой реальности. Отсюда стремление многих языковедов создавать новые области изучения практического приложения языка. Рождаются юридическая лингвистика, лингвистика общения и проч.

Классический учебник А. А. Реформатского начинается словами: «Язык есть важнейшее средство человеческого общения» [Реформатский 1996: 15]. Парадокс состоит в том, что «Введение в языкознание» А. А. Реформатского более обращено к анализу системы языка и его устройству, нежели к применению его как средства общения. Тем более следует сказать о том, что вопросы общественно-языковой практики, жизни языка в процессе создания, передачи, сохранения текстов никак не рассматриваются в языкознании. Поскольку лингвистика XX века мало затрагивала проблемы общения, рождаются такие терминологические новообразования, как «лингвистика общения» или «грамматика общения». Объясняя строение языка, языкознание, в сущности, не занимается и не занималось применением языка. Применяется же язык, конечно, в речи как реализации языка, текст же является конечным продуктом речевой деятельности.

Поскольку недостатки соотнесения языкознания с языковой реальностью становились все очевиднее, требовалось создание новых наук, каковыми

и становились, например, прагматика (согласно определению В.Г. Гака, «раздел языкознания, изучающий функционирование языковых образований в речи» [Русский язык 1997: 360]) или лингвистика текста, т.е. анализ существования и функционирования текста. Данные новообразования были бы гораздо более эффективны, если бы рождались с опорой на знание традиции русской филологии, в частности существовавших учений о речи.

В «Письмах о добром и прекрасном» Д. С. Лихачева имеется статья «Об искусстве слова и филологии», перепечатанная затем в сборнике «О филологии» [Лихачев 1989: 204–207]. Д. С. Лихачев пишет о том, что в настоящее время количество наук возрастает не только за счет появления новых или их дифференциации, но и за счет возникновения связующих дисциплин. «Роль филологии именно связующая, а потому и особенно важная. Она связывает историческое источниковедение с языкознанием и литературоведением. Она придает широкий аспект изучению истории текста. Она соединяет литературоведение и языкознание в области изучения стиля произведения – наиболее сложной области литературоведения» [Там же: 204]. Точное определение выдающимся академиком связующей роли филологии тем не менее не предполагало точного определения самой науки. Возможно, в таком осторожном отношении есть рациональное зерно, ибо всякое определение ограничено – не в этом ли секрет дальнейшего пространного и вдохновенного рассуждения Д. С. Лихачева, где природа филологии открывается во всей ее широте?

Будучи «высшей формой гуманитарного знания, соединительной для всех гуманитарных наук» (вновь идея связи), филология необходима, например, историкам для правильного истолкования текста. Но и «лингвистическое понимание текста» недостаточно: «...понимание текста есть понимание всей стоящей за текстом жизни своей эпохи» [Лихачев 1989: 206]. Филология определяется как «связь всех связей. Она нужна текстологам, источниковедам, историкам литературы и историкам науки, она нужна историкам искусства, ибо в основе каждого из искусств, в самых его “глубинных глубинах” лежат слово и связь слов. Она нужна всем, кто пользуется языком, словом; слово связано с любыми формами бытия, с любым познанием бытия: слово, а еще точнее, сочетания слов. Отсюда ясно, что филология лежит не только в основе науки, но и всей человеческой культуры. Знание и творчество оформляются через слово, и через преодоление косности слова рождается культура» [Там же: 206].

Конечно, в этом рассуждении Д. С. Лихачева прослеживается классическая философско-религиозная мысль о «начальности Слова», пронизывающего все элементы бытия. Но это скорее то божественное Слово, которое во всем «видимом и невидимом», которое знаково выражает божественную природу всего сущего. В каких «глубинных глубинах» может быть выражена сущность таких несловесных искусств, как живопись, танец или музыка? Природа всякого явления может быть объяснена через язык, или (не есть

ли это стилистически более возвышенное выражение) «словом». Всякое искусство знаково и лишь потому «словесно», что мы языком можем описать то, что выражено звуками музыки, кистью художника, движением танцора.

Несомненна связь филологии с культурой – этой мыслью заканчивается научно-популярная статья Д. С. Лихачева, своеобразный гимн-похвала филологии. «Филология – наука глубоко личная и глубоко национальная, нужная для отдельной личности и нужная для развития национальных культур» [Там же: 207].

В связи с освоением ценностей современного информационно-культурного пространства находится и обращение к «иным культурам». Заключительный аккорд статьи столь же поэтичен и возвышен, сколь и неопределен: «Филология оправдывает свое название (“филология” – любовь к слову), так как в основе своей опирается на любовь к словесной культуре всех языков, на полную терпимость, уважение и интерес ко всем словесным культурам» [Лихачев 1989: 204]. Возникает вопрос: что такое словесная культура?

При всей глубине и стилистическом изяществе письма Д. С. Лихачева о филологии приходится сказать, что точного определения филологии в нем не содержится, что, возможно, и не входило в задачу автора, поскольку он предварил свой анализ рассуждением о том, что «ответ на вопрос, что такое филология, может быть дан только путем кропотливого исторического исследования этого понятия, начиная с эпохи Ренессанса, по крайней мере, когда филология заняла очень существенное место в культуре гуманистов (возникла она значительно раньше)» [Там же: 204].

Впрочем, в истории науки была книга, которую слабо анализируют современные исследователи, пытающиеся уточнить сущность филологии как науки и искусства. Это фундаментальное исследование, выполненное **Г. О. Винокуром** в курсе «Введение в изучение филологических наук», прочитанном им в 1943/44 и 1945/46 учебных годах в МГУ им. М. В. Ломоносова и МПГУ им. В. П. Потемкина [Винокур 2000]. Он как раз ставил задачу проследить историю филологии, сопоставить филологию с языкознанием и другими науками, и надо сказать, что его монография насыщена таким «кропотливым историческим исследованием», об отсутствии которого в современных работах позднее писал Д. С. Лихачев. На сегодняшний день это основная книга, где последовательно изложено историческое исследование филологии как явления науки и искусства. Впрочем, один из выводов Г. О. Винокура: «...филология не есть и никогда не была наукой в собственном смысле этого слова, хотя в ее задачи и входит применение научных данных» [Винокур 2000: 72]. При всей широте привлеченного материала это исследование более рассматривает фигуру филолога как «человека читающего», правильно понимающего и объясняющего текст и менее касается человека как творца словесной культуры, осуществляющего создание, воспроизведе-

ние, хранение и передачу последующим поколениям лучших произведений словесности.

В связи со сказанным вызревают постановка и решение двух насущных задач:

1. Необходимо изучение истории русской филологии, или филологических словесных наук в России, которое в настоящее время подменено историей русского языкознания с наложением схемы и содержания современного языкознания на реальную историю и содержание тех наук, которые изучались в университетах, гимназиях, лицеях XVIII–XIX столетий. Изучение истории русской филологии должно вестись как исследование состава словесных наук, заявленных впервые М. В. Ломоносовым и затем развитых в курсах выдающихся русских ученых-филологов А. А. Барсова, А. Н. Никольского, Н. И. Греча, И. С. Рижского, А. Ф. Мерзлякова, Я. В. Толмачева, Н. Ф. Кошанского, И. И. Давыдова, К. П. Зеленецкого, Ф. И. Буслаева и др.

2. При том, что филология может рассматриваться как совокупность «филологических дисциплин», она имеет собственный предмет, который должен быть ясно отличен от лингвистики, литературоведения и др. Состав терминов филологии существенно отличается от состава терминов «лингвистического словаря», каким мы видим последний в современных изданиях словарей языковедческих терминов (ср. энциклопедический словарь «Русский язык» под ред. Ю. Н. Караулова или «Лингвистический энциклопедический словарь» под ред. В. Н. Ярцевой). В данных словарях, кстати, отсутствуют такие филологические термины, как словесность, фактура речи, орудие, материал речи, правила речи, терминология большинства видов и жанров словесности, составляющих «жизнь языка» – реальные языковые тексты (например, ораторская речь, документ, эпистолярная письменность и мн. др.). Данная филологическая терминология говорит о языковой/речевой реальности современного постинформационного общества, и если она не описывается грамотно и эффективно, то не в этом ли наша языковая, а затем и общественная отсталость?

Современная филология обращена к насущным проблемам сегодняшней общественно-речевой практики. Целью филологии является описание всех видов современной словесности с выявлением целей, задач, содержания, форм общения, выражения этих форм в различных жанрах речи, стилистического своеобразия текстов.

§ 3. Определения филологии и объекты филологического творчества

Филологическое творчество соединено с анализом текста, принципами его порождения, восприятия, бытования в культуре. Не случайно культура рассматривается Ю. В. Рождественским как «форма коммуникации, принятая

в данном обществе или общественной группе» [Рождественский 1999: 3]. Форма коммуникации, характерная для данного состояния общества и отражающая определенный этап развития технического прогресса в создании текстов, диктует развитие всех остальных форм культуры. Методология, предложенная Ю. В. Рождественским, позволяет рассматривать культурную историю человечества как отражение форм словесности, а именно определенных фактур речи, способов создания, передачи, хранения и воспроизведения текста. Эти культурнозначимые тексты отражают все «совокупности достижений людей» (второе определение культуры), проявленные в развитии общественной морали, экономическом прогрессе, разных видах семиотической деятельности (например, в развитии видов искусства), т. е. являются отражением форм коммуникаций, в которых существует общество. Материя и дух при этом таинственным образом переплетены: на духе «почиет материя» (технология речи), но реальное воплощение материи в конкретном тексте диктуется духом и идеологией, стилем общества в целом, философско-идеологическими устремлениями конкретных создателей текстов. Филология, таким образом, становится основанием общественных и экономических движений, вполне отражая основополагающий тезис европейской духовной культуры о Слове как инструменте творения мира и окружающей нас действительности.

Обратим внимание на то, как филологические принципы анализа текста соединяются с принципами культуры: текст может войти или не войти в данную область культуры – филолог не только отслеживает этот процесс, но и активно влияет на него собственными оценками. В общей филологии систематизируются все виды текстов – и эта систематизация может иметь вполне определенные приоритеты. Так, в русской филологии с 50–70-х годов XIX столетия произошло смещение интересов от систематизации **всех** имеющихся видов текстов (называвшихся родами и видами словесности) к преимущественной классификации форм изящной художественной литературы.

На ограниченность данного подхода, его исторические причины и опасность для будущего практического существования общества неоднократно указывал Ю. В. Рождественский, призывая заниматься всеми видами прозаической словесности (особенно деловым общением, риторикой СМИ), честно анализируя истоки советской социалистической риторики. Результатом пренебрежительного отношения к прозаическим формам речи должен был стать проигрыш в психологической войне, что имплицитно предрекалось в суждениях многих филологов-аналитиков 80-х годов и что в конце концов и произошло. Следствием нынешнего унылого состояния умов и общественного сознания в целом (что проявлено в деятельности наиболее авторитетных органов речи – СМИ) является также прежнее риторически пассивное состояние духа и настроения, неспособное к энергичному творческому изобретению идей и честному, риторически эффективному воплощению их

в словесной реальности. Впрочем, можно не сомневаться в возможностях применения эффективных приемов филологического анализа для современной общественно-речевой практики с приложением критериев культуры как национальной традиции и творческого развития лучших образцов применения достижения классических и современных наук о речи.

Подводя итоги рассмотрению взглядов ведущих русских ученых на предмет филологии, следует отметить, что филология как наука имеет вполне определенный предмет, но определение его сталкивается с большими трудностями вследствие едва поддающейся обзору истории филологии и разнообразия взглядов на нее. Тем не менее можно с уверенностью утверждать, что предмет филологии существует и задача исследователей состоит в том обобщении этих взглядов и выдвигании новых идей в связи с развитием новой информационно-речевой цивилизации.

Большинство ученых полагают, что исходным объектом исследования для филолога является **текст**. Сам **текст** есть не что иное, как старинное и классическое **слово**, если понимать последнее не как единицу языка, а как «реализованный» текст, инструмент общения, орудие мысли и взаимодействия, совокупность осмысленных знаков, передаваемых от одного лица к другому. Сегодня многие классические термины принимают новый облик, что обыкновенно случается, когда человечество начинает жить в новых видах речевого взаимодействия. Именно в этом видится нам причина создания нового термина **дискурс**, которому приписываются новые свойства и смыслы по сравнению с «устаревшим» **текстом**, однако очевидно, что это есть развитие прежних смыслов культуры в новой информационно-речевой ситуации.

Полагаем, что в определениях филологии как науки следует учесть следующие компоненты:

1. Филология – учение о правилах и закономерностях создания, передачи, хранения, воспроизведения и функционирования словесных произведений. Современная филология должна быть адресована ко всем существующим родам и видам словесности развитого информационного общества – от семейно-бытовой речи до речи на электронных носителях (массовая информация, информатика, Интернет, мобильная связь и т. д.).

2. Филология – наука о культурном прогрессе человечества, выраженном в способах, принципах и правилах создания текстов (речи, словесных произведений). Филологическое знание показывает, как технологическое развитие фактуры речи влияет на смысл речи, позволяя развиваться всем формам общественной культуры, различным видам семиозиса. Сложность современной общественно-речевой ситуации состоит в том, что человечество впервые столкнулось с такими сложными формами словесности, как массовая информация, чье появление рождает совершенно новый облик человека, кардинально меняет стиль жизни, формируемый стилем речи. Оптимальное

развитие человеческого общества возможно только в том случае, если оно будет опираться на культуру как совокупность нравственных и интеллектуальных достижений человечества.

3. Филология – наука о классификации всех словесных произведений данной национально-речевой культуры. Предмет филологии – тексты всех существующих родов и видов словесности. Было бы недостаточно представлять ее задачи только в сфере изучения стиля преимущественно художественного текста.

Предмет филологии, согласно Ю. В. Рождественскому, – «словесность, или языковые тексты. Задачей филологии является прежде всего отделение произведений словесности, имеющих *культурное* значение, от таких, которые его не имеют. Для решения этой задачи необходимо сначала обзреть весь массив произведений словесности. Это можно сделать только путем классификации этих произведений» [Рождественский 1990: 113].

4. Отношения филологии и языкознания не являются отношениями целого и части. «Для правильного прочтения текстов **филология выделяет языкознание и науки о речи**» [Там же: 113]. Если предмет филологии – текст, то предмет языкознания – система языка и объяснение фактов языка на разных его уровнях (фонетическом, лексическом, словообразовательном, морфологическом, синтаксическом). Филология не «шире» языкознания, а имеет свой собственный предмет изучения, состоящий в обращении к сфере функционирования словесных произведений (текстов) в культуре, к правилам их создания, передачи, воспроизведения и хранения в культуре.

5. Поскольку «в произведениях слова выражается весь состав культуры общества, теоретическая задача филологии – построение научной картины культуры, взятой сквозь призму слова» (выделено нами. – В. А.). Если речь является «инструментом общественной организации», то филологическое знание становится «основой компетентного управления обществом» [Волков 2006: 7].

Исторически оптимистичный характер современной общественно-языковой ситуации состоит в возможностях приложения языка в речевой действительности. Основой такого приложения может быть только критерий культуры как творческого сохранения национальной культурной традиции, опоры на прецеденты деятельности, понятия правильности и нормы, возможности риторически эффективного изобретения и воплощения мысли в языковых (словесных) текстах.

Именно в контексте филологии следует говорить о русском языке, который, по всеобщему согласию, должен объединять общество и вдохновлять на служение истине, добру, подлинной красоте и на совершенствование жизни – все это может быть выражено в реальных текстах, или, как говорили традиционно, в слове. Русский язык объединяет нас не через языко-

вую систему, а через **осмысленные языковые тексты**. Иначе говоря, нас объединяет **филология как учение о культуре, проявленной в текстах**. Культура же несет в себе нравственное начало, идеи добра, истины, красоты. Знаком культуры является та **форма коммуникации**, в которой проявлена культура. Сложность современной ситуации состоит в том, что мы живем в новом информационном обществе с принципиально новыми формами и видами коммуникации, которых человечество не знало ранее. Наша задача – освоить эти новые формы речи с опорой на творческое применение филологического знания.

Об исторической и современной классификации жанров научной филологической словесности

Видимо, одним из первых, кто начал писать о научной литературе, давая характеристику и классификацию ее жанрам, был основатель русской филологической науки Михаил Васильевич Ломоносов (1711–1765). В первом рукописном варианте риторических трудов «Краткое руководство к риторике» 1744 г. он выделил среди публичных речей «академические речи – те, которые говорят ученые люди в академиях публично» [Ломоносов 1952: 72]. Ученый приводит ситуации, когда приходится выступать публично: «первое, при вступлении в профессорство; 2) при принятии ректорства; 3) при отложении оного; 4) при произведении в градусы; 5) при диспутах» [там же: 72]. Указывая на содержание и расположение каждой из речей, Ломоносов лишь намечает риторические принципы построения данного типа научных сочинений.

В печатном издании «Краткого руководства к красноречию» 1748 г. данный раздел публичных речей опущен. Впрочем, среди «средств к обучению красноречию» находим «науку», где определены рекомендации к созданию научной речи: «Наука состоит в познании нужных правил, которые показывают подлинный путь к красноречию. Они должны быть, первое, кратки, чтобы не отяготить памяти многим изучением, а особливо тем, чему легче можно с примеров научиться, нежели по правилам; второе, порядочны, для того чтобы они были вразумительны и тем к обучению способственны; третье, удовлетворены примерами, которые бы показали самую оных силу для яснейшего их понятия и для способнейшего своих примеров против оных сочинений. [Ломоносов 1952: 93–94]. Таким образом, М. В. Ломоносов предлагает методические требования к написанию научных сочинений: краткость, последовательность изложения (расположение по «порядку») и использование примеров.

Ломоносов не ставил задачи описать систему наук своего времени. Эту задачу, скорее, пытался решить его соперник Василий Кириллович Тредиаковский (1703–1769), который в «Слове о витийстве» перечислял имевшиеся на тот день науки:

«Что ж касается до знаний и изящнейших наук, что священная и святая **феология**, оная божественных вещей благочестивая испытательница, пленяя разум в послушании веры, учит и верит? Что **правосудия** правота и власть законов повелевают делать или не делать человеческому роду? Что спасительная **медицина** приносит помощи к прогнанию толь многих болезней, нападающих на целое здравие или сего ж к возвращению, ежели оно повредилось или совсем погубилось? Что **математика** или исчисляет, или сличает, или размеряет? Что **физика**...? Что **механика**...? Что **астрономия**...? Что **география**...? Что **гидрография**? Что **оптика**? Что **статика**? Что прочие все знания, науки, художества или узаконяют, или в дело производят, или еще обещают, которое бы и делалось чрез элоквенцию или для важности величественнее, или для выхваления знаменитее, или для присоветования сильнее, или для предложения яснее, или для украшения цветнее, или, наконец, для увеселения сладостнее и приятнее?

В толиком множестве наук и знаний, хотя неточно в исчислениях всех, сколько ни есть различных видов, сколько бесчисленных числом вещей не содержится, однако они **все токмо через элоквенцию говорят**» (цит. по: [Тредиаковский 1998: 160–161]).

Таким образом, красноречие, витийство, элоквенция – «царствующая» наука, ибо все другие науки и художества пользуются искусством слова «токмо чрез элоквенцию говорят». Традиционны для русской филологической традиции мысли Тредиаковского о «премудрости» истинного красноречия, значении витийства для счастья гражданских обществ. Трактующая как широкое использование языка «вся вообще филология... есть токмо что элоквенция» [Тредиаковский 1998: 161].

Классификации наук и ученой прозы встречаются в риториках и теории словесности первой половины XIX столетия. Так, в учебнике Н. Ф. Кошанского (1784–1831) выделяется «ученость» как вид словесности. Сочинения данного рода делятся на **систематические** и **отдельные** (общие и частные), а затем последует деление на **ученые** и **учебные**. «**Систематическое** сочинение объемлет науку или искусство во всей полноте и связи частей между собою. **Отдельное** берет один только предмет из науки и рассматривает его с большим вниманием или с новой точки зрения».

Классификация жанров этого времени не может не заинтересовать, ибо она существенно отличается от современной. Названия ряда жанров нам не вполне ясны, и иные, по-видимому, лишь представляются «понятными», но построены по законам своего времени. Вот как они охарактеризованы Н. Ф. Кошанским:

«К **систематическим** сочинениям относятся *книги* – как ученые, так и учебные. К **отдельным**: 1) *рассуждения*, 2) *диссертации*, 3) *мнения*, 4) *голоса*; и смесь ученых сочинений: 5) *энциклопедические* сочинения,

б) *записки академий и частных людей*, 7) *акты университетов*, 8) *труды разных обществ*, 9) *повременные издания* и 10) *критика*» [Кошанский 2013: 240].

Систематическими называют **ученые** и **учебные** сочинения: к ученым относятся «полные имена наук: история, физика, математика...»; к учебным – излагающие «методу» той или иной науки (например, Руководство к истории; Сокращение истории; Физика для детей и т. д.). Таким образом, находим здесь ясное деление на **научные** и **учебные** сочинения.

«Достоинство **ученой систематической** книги в основательности начал, в постепенной связи и полноте частей словом, в системе ее и ясном, приличном слоге. Системою называют связь и полноту всех частей, относящихся к единому целому, – все, что необходимо для составления полного целого, полной науки.

Достоинство **учебной** книги, удерживая систему науки, требует известной *методы*, а для больших успехов ищет *симметрии и пропорции*. Слог учебной книги сверх ясности и приличия предполагает краткость. «*Quidquid praecipies, estobrevis*» (Все, чему учишь, учи кратко) – совет разума в устах Горация» [Кошанский 2013: 240].

Современная классификация жанров рассмотрена в данной статье применительно к филологической сфере общения. Наука претерпела серьезное развитие и изменения, а сами изменения происходят как в связи с развитием идей, так и в связи с развитием технологий создания речи. Жанристика филологической сферы общения делится на **научную** и **учебную**. Их различие – в **целях** речи: **научная** речь предполагает сообщение нового знания в поиске научной истины; **учебная** речь сообщает учащимся то, что уже известно, и ее цель – формирование знаний, навыков и умений для сохранения и поддержания культурных традиций в образовании. В современной реальности defacto разница между научной и учебной речью (научными и учебными текстами) размыта, что особенно подтверждается требованиями издателей называть научные исследования «учебными пособиями» в целях грифования и последующей продажи.

Современная классификация жанров научной и учебной литературы строится исходя из основных фактур речи (под фактурой речи понимаем материал речи, обработанный определенными орудиями речи), т.е. в определение жанра вступают такие характеристики, как способы и технология создания речи. Например, создание речи может быть не только индивидуальным, как в устном высказывании, но и коллективным (как при подготовке печатной литературы) или коллегиальным (как при создании текста массовой коммуникации). Подвидами научной словесности в таком случае становятся:

1. Устная научная речь (научный доклад, сообщение, выступление, научный диалог в разновидностях его ситуаций – от неформального диалога двух

коллег, обсуждающих научную проблему, до диалога научного руководителя-консультанта с аспирантом или младшим коллегой; сюда же включаются все устные жанры, которые «звучат» (пусть и репродуцирующие письменный текст) на защите диссертаций: доклад диссертанта, вопросы и ответы, выступление научного руководителя, отзыв оппонента и ответ диссертанта, дискуссия по диссертации, заключительное слово диссертанта и т.д. Другие жанры на защитах научных работ представляют собой некую контаминацию деловых бюрократических жанров с жанрами научно-информационной речи: объявление о защите, зачитывание материалов личного дела, близкое к жанру научной биографии, обсуждение заключения по диссертации и т.д. Все правила, по которым проходят защиты диссертаций, существуют как внешние правила словесности, которые прописаны в документах ВАК, и как внутренние правила словесности (речевой этикет и ритуальные правила защиты, которые должны быть творчески препарированы диссертантом).

Подобным образом необходимо классифицировать жанры основного мегажанра сегодняшней научной речи – научной конференции (чтений, симпозиумов, конгрессов и т.д.), где вместе с основными жанрами доклада, вопросов, обсуждения присутствуют жанры приветственных речей, заключительного заседания с принятием решения и т.д. Устные жанры здесь перемешаны или основываются часто на письменных или печатных жанрах.

2. Устная учебная речь с ее традиционными жанрами, претерпевающими сегодня кардинальные перемены в связи с развитием компьютерных технологий: лекция (монолог преподавателя), семинар (диалог с учащимися), экзамен или зачет как форма проверки знания. Вузовская лекция содержит фрагменты нового научного знания, чтобы подготовить студентов к собственному научному творчеству.

3. Письменная научная речь. Хотя можно представить обсуждение или передачу знания в древности именно в устной форме, однако очевидно, что факт появления наук и искусств связан именно с созданием письменности. Классические грамматика, риторика, логика, поэтика рождены письменной формой сообщения знания. Это были (как и сейчас) индивидуальные формы письменного труда, проявлявшиеся в индивидуальном создании текста (без его тиражирования печатным станком и, следовательно, без работы над ним целого коллектива создателей текста). Жанры письменной научной речи в преобразованном виде сохраняются сегодня, например, научный доклад или научный отчет с изложением научных идей, они пишутся в письменной форме и в такой форме остаются существовать, не переходя в жанр печатной (например, журнальной) продукции. Тем более именно к жанру письменной научной речи относятся жанры диссертаций, как, впрочем, и дипломных сочинений (ВКР), которые не случайно отнесены к научно-исследовательской работе.

4. Письменная учебная речь. Традиционными жанрами письменной учебной речи являются школьные диктант, изложение, сочинение, контрольная работа с их модификациями. Конечно, сегодня мы столкнулись с различными видами-жанрами тестирования, которые рождены, несомненно, развитием компьютерных технологий. Для современного студента значим жанр учебного реферата, хотя существует и жанр «научного реферата» для поступления в аспирантуру.

5. Печатная научная словесность. Особенностью печатной словесности является коллективный характер ее создания. К ней относится прежде всего жанр монографии. Хотя у каждой монографии имеется автор, чье имя зафиксировано на титуле работы, всякая печатная книга – результат коллективного творчества (редакторов, корректоров, типографских работников, издательства в целом, ученого совета, «благословляющего» труд автора). Исторически именно новый характер создания научной книги через коллективность создания и тиражирование создали академическое сообщество, обеспечив переход от средневековой науки к академической науке эпохи Возрождения. Развитие техники печатной продукции позволяет сегодня максимально технологизировать создание научных текстов, что проявилось в создании строгих формулярных правил написания статей и создания коллективных монографий.

6. Печатная учебная словесность. Строго говоря, к ней должно отнести учебники, учебные пособия, программы дисциплин, но развитие информационного общества приводит к появлению «новых» жанров, каковыми являются, например, УМК (учебно-методические комплексы), существующие на границе между текстами (жанрами) учебными и документально-бюрократическими. Современная бюрократизация и формализация научно-учебной жизни связана, безусловно, с развитием компьютерных технологий, которые позволяют увеличить требования к регламентации текстов.

7. Научная журналистика и научные жанры в Интернете и СМИ. Научная журналистика получила новые импульсы развития. Это особенно ощущается в попытках регламентации вала научной продукции, новом образе научной статьи, которой предписывается теперь строгое оформление не только заголовочной части, но подчас и самого текста (возможно, это влияние технических дисциплин на гуманитарные). В то же время внутри каждого научного журнала сохраняются традиционные жанры вступительной статьи главного редактора, разделов с главным жанром – научной статьей, хрониками, критикой и библиографией с жанрами аннотации и реферирования.

Особая проблема – наука в Интернете, куда попадают уже вторичные тексты, т. е. тексты, предварительно созданные в письменном или печатном виде. Появление научных интернет-текстов существенно изменило сам характер научного исследования, ибо, с одной стороны, теперь в Интернете можно «найти всё» и скопировать, однако это кажущееся «облегчение» научного

труда существенно снизило его качество. Впрочем, качество не может не снижаться вследствие «массово-коммуникантского» характера современной науки, имеющей огромные возможности для развития, но стремящейся к максимальной популяризации своих достижений.

8. Учебная журналистика и учебные жанры Интернета. Развитие информационных технологий существенно обогатило возможности учебного процесса. Интернет заполнен различными жанровыми разработками уроков, сценариев праздников, конкурсов, соревнований и т.д. Интернет позволяет «отметиться» каждой учебной организации и каждому специалисту, что создает принципиально новые условия для педагогического творчества. В то же время надо учесть, что прежние формы и жанры педагогического общения не исчезают, а только преобразуются, будучи обогащены новыми возможностями в связи с развитием новых фактур и технологий создания речи.

Духовно-нравственная культура и проблемы филологического образования в современном вузе

Проблема духовно-нравственной культуры для современного студенчества – одна из острейших. Все понимают ее важность, многие пытаются ее решать, но систематическая работа до сих пор не выстроена. Этому имеется целый ряд причин.

Первая проблема просматривается «сверху»: организаторам-руководителям нашего образования трудно огласить курс, который был бы посвящен духовно-нравственной культуре, потому что долгое время эта проблема вообще не ставилась. Теперь все почувствовали необходимость заполнения идеологических, мировоззренческих, воспитательных пустот, но для того, чтобы вводить курсы, касающиеся духовно-нравственной культуры, необходимо поменять сознание образовательной элиты: слишком долгое время «нравственность» «навязывалась» обществу и большинство преподавательского состава опасается новых видов организационно-бюрократического давления, которых и без того хватает.

Вторая причина исходит «снизу»: это частая психологическая неготовность нашего студенчества выслушивать суждения старших о духовно-нравственной культуре. Этот разговор кажется современному молодому человеку излишне назидательным, морализаторским, т.е. вопрос упирается в нахождение подхода к молодежной аудитории, умению заговорить с ней и простым и ясным языком доносить правду, делиться опытом и знаниями о сложных вопросах смысла и содержания жизни.

Иначе говоря, в обоих случаях проблемы – филологические: как организовать и построить эффективный научный диалог, в котором аргументированно и доказательно, просто и зажигательно объяснялось бы, что такое духовность, нравственность, культура, вера, добро и зло, истина, красота...

Ведь «вера начинается в разуме, хотя принадлежит сердцу» [Слово пастыря 2005: 8]. О том, что сердце – орган познания, что мысли рождаются в глубине сердечной, современный человек догадывается, но эта идея вне «светлой точки» его сознания.

Духовная культура может пониматься в широком и узком смыслах. В широком смысле **духовная культура – это наиболее ценные идеи в мировоззренческих представлениях, областях философии, науки, политики, религии, художественном творчестве.**

Содержательными категориями духовной культуры являются **добро, истина, красота**. Понимание и применение этих категорий в поступках позволяют говорить о морали и нравственности как нормах поведения человека и качествах, которые должны быть ему присущи. Основными формами морали по степени охвата аудитории являются следующие.

1) **Практическая** мораль, объединяющая общество, связанное устно-речевыми отношениями. В практической морали главное – устройство собственного дома, социума, узкого коллектива, в конечном итоге личное благо;

2) **Духовная** мораль, суть которой выражается в религии и зафиксирована в письменных текстах Священного Писания. Этот тип морали основывается на требовании любви и желания блага другому человеку. Золотое правило духовной морали: не желай другому человеку того, чего ты не желаешь самому себе;

3) **Профессиональная** мораль, которая исходит из духовной морали, но разделяет людей по профессиональным сообществам. Каждое профессиональное сообщество имеет несколько своих моральных требований к представителям своей профессии: от воина требуются преданность Родине и присяге, решительность, смелость, смекалка, воину разрешается убийство, если этого требует военная необходимость; от врача требование – «не навреди», его мораль зафиксирована в клятве Гиппократова; от учителя всегда требовались любовь и внимание к ученикам, знание предмета, справедливость, требовательность, терпение, рассудительность, т.е. хорошая речь и т.д. Профессиональная мораль не отрицает предшествующих видов морали, но творчески применяет их к разным видам деятельности.

4) **Экологическая** мораль, которая формируется в обществе, объединяемом массовой информацией. В ее центре лежат требования к охране окружающей среды, природы, что прямо влияет на жизнь современного человека.

Эти четыре типа морали соответствуют четырем родам словесности, показывающим через способы создания речи исторические формы речевой жизни человечества: 1) **устная** словесность, существующая в дописьменном обществе (мораль фиксируется в фольклорных текстах); 2) **письменная** словесность (мораль фиксируется в религиозных текстах, которые становятся основными культурно значимыми текстами человечества); 3) **печатная**

словесность, появившаяся с рождением печатного станка и развившая формы коммуникации до академических форм науки, художественной литературы и разных форм искусства (оперы, театра и т.д.), журналистики – появление печатной словесности соответствует эпохе Возрождения; 4) словесность **массовой коммуникации**, связанная с развитием новых технических форм создания речи и приведшая к появлению радио, массовой прессы, кино, телевидения, ныне – Интернета, мобильных форм связи.

Каждая новая форма коммуникации вырабатывала новые формы морали, которые, по законам культуры, основывались на прежних формах, с одной стороны, и в то же время кардинально меняли моральный облик человеческой личности и человечества в целом, с другой. Согласно законам культуры, прежние формы не исчезают, но сохраняются и обогащаются под влиянием новых форм коммуникации, преобразуясь в тексты новых видов. Так, фольклорные тексты при появлении письменной речи стали записываться, а в сами тексты проникли суждения о духовной морали; в профессиональном сообществе фольклорные тексты стали предметом собирания и научной фиксации; в современном обществе массовой коммуникации фольклорная культура представлена в самых разных видах искусства, а сама фольклорно-практическая мораль своеобразно представлена в современной общественной и личной жизни, т.к. отстаивает частные интересы человека в противовес общему благу...

Актуальность вопросов духовно-нравственной культуры в высшей школе связана прежде всего с вопросами воспитания. **Духовно-нравственная культура – это совокупность высоких мировоззренческих ценностей, которые выработало человечество для сохранения благоденствия и творческого развития.** Что понимать под этими ценностями – центральный вопрос, способный разделить наше общество и это именно так и было в 90-е годы прошлого века, когда под сомнение были поставлены основные фундаментальные идеалы нравственного и социально-политического бытия нашего общества. Сегодня «Россия сосредотачивается», и совершенно очевидно, что базисные нравственные ценности – это главное, о чем необходимо говорить.

Именно эти суждения мы услышали в последние годы. В российском обществе слишком долгое время господствовал нравственный релятивизм, т.е. относительность нравственных норм, отчего и проистекало отсутствие общественного «единомыслия». Данная ситуация по-прежнему выправляется с великим трудом, несмотря на более чем убедительные слова наиболее авторитетных лиц в государстве о «непреложности нравственного закона». Вот слова президента В.В. Путина, произнесенные в 2008 году перед молодежным сообществом на оз. Селигер: *Вообще нет ничего более важного в обществе, чем морально-нравственные принципы, на которых оно основано. Ничего.*

«Все остальное вторично» (выступление В.В. Путина на оз. Селигере <http://russkiy-malchik.livejournal.com/187570.html>). В комментариях сайта «Русский мальчик» точно говорится, что если бы эти слова были доведены до сознания большей части общества, они «перевернули бы страну». Но наши СМИ предпочитают говорить и показывать другое...

О том же неоднократно говорит патриарх Кирилл: «...*Нравственность – это единственный фундамент, который сегодня способен объединить наше общество, более того, род человеческий*» (выступление Святейшего Патриарха Кирилла на круглом столе «Духовность. Нравственность. Закон» <http://Patriarchia.ru>).

И здесь на повестку дня выходят чрезвычайно острые и ответственные вопросы: нравственна ли наука? Сама мысль – не есть ли явление не только интеллекта и аргументации, но и нравственности? Ведь мысль не просто истинна или ложна, она может быть доброй или злой, прекрасной или неприемлемой, ответственной или безответственной. Так, применительно к проблемам русистики и состояния русского языка остается актуальным суждение Ю.В. Рождественского о том, что «главная слабость русского языка состоит в отсутствии риторической этики» [Рождественский 1996: 12].

Кстати, сам предмет исследования, видимо, может быть нравственен или напротив... Так, в 90-е годы стало модным исследование сквернословия. Мат русскому языку? Как писал Гераклит, есть люди, которым свойственно «наслаждение грязью», а Василий Великий отмечал, что «душа принимает тот вид, чем она занимается...»

Не сомневаюсь, что автора этих строк могут назвать морализатором...

Основная проблема, которая стоит сегодня перед педагогическим сообществом высшей школы, – нахождение нужного языка, форм слова, коммуникации, с которыми можно и необходимо обратиться к молодежному сообществу в передаче нашего духовно-нравственного наследия и культуры. Молодежь не терпит назидательности, морализаторства, а наша дремучая безграмотность в области религиозно-духовного образования (к сожалению, она характерна и для весьма большой части нашего профессионального сообщества) не позволяет вести разговор о духовных ценностях, что называется, в лоб... Как часто, упоминая имя Бога, Церкви, в глазах студентов видишь холодок недоверчивости, скепсиса, боязни самого прикосновения к вопросам нравственного бытия, высоких смыслов миропонимания!.. И действительно, откуда взяться доверию в сердцах не только наших молодых сограждан, если Церковь была отделена от государства и упоминание имени Божьего напоминает современному интеллигенту времена партийно-идеологических семинаров?

Можно ли вести этот разговор и как его построить? Безусловно, можно, и мы часто являемся свидетелями того, как удачно этот диалог выстраивается. Для этого, видимо, и существует искусство риторики, словесности как умения прикоснуться к человеческим сердцам и найти с помощью слова путь к самым затаенным и глубинным тайнам этих сердец.

Пример такого эффективного разговора о нравственности как базисной основе бытия, который ведется просто и доходчиво, без снижения стилистической планки диалога, показывает постоянно Святейший Патриарх Кирилл, связующий вопросы нравственности с самыми разными проблемами сегодняшней жизни (цитируем в данном случае нашу книгу «Риторика Патриарха», вышедшую к юбилею Святейшего – [Риторика Патриарха 2017: 57–58]:

(О базисных ценностях) Подлинная жизнь человека во все времена опиралась на базисные ценности... Но базис – это не производительные силы. Никогда идея экономических ценностей не может стать национальной идеей, этот нонсенс. ...Вера, как и нравственность, прежде всего принадлежит к этим базисным ценностям.

(О правах и свободах) Права и свободы должны реализовываться в системе нравственных координат и непременно должны быть связаны с моральной ответственностью. Если не будет нравственного воздействия общества..., то прекрасные идеалы прав и свобод человека обернутся страшной язвой.

(О судьбах интеллигенции) Религиозный и нравственный нигилизм, который с чужого голоса усвоила русская интеллигенция, усугубил разделение общества. Интеллигенция, оторванная от национальных корней и заблудившаяся в своих исканиях, утратившая понятие о духе и духовной жизни, но исполненная лжемиссианской гордыни, стала главным разрушителем традиционных идеалов.

Патриарх Кирилл дает и ясное определение нравственности, исходя из категорий добра и зла:

Нравственность есть способность отличать добро от зла, использовать Богом данную свободу для ориентации личности в сторону правды и добра.

В заключение несколько слов о **слове и культуре современного языка – речи – слова**, отражающих, как в зеркале, духовно-нравственное состояние общества.

Главной идеей европейской культуры является идея Логоса-Слова как воплощения Божественного замысла творения и творческого созидания жизни. Слово воплощает как Божественный разум, так и осуществленное исполнение Божественного словесного откровения, зафиксированного в текстах Священного Писания. Человек как Божье творение (образ Божий) наделяется «логосической», то есть мысле-словесной способностью творчества в единстве и последовательности мысли, слова и дела. Человек потому и называется

«творением словесным», что «словесное» в нем приравнивается к «Божественному», ибо «в начале было Слово, и Слово было у Бога, и Слово было Бог».

«Слово человеческое подобно Слову Божию», – пишет Святитель Игнатий Брянчанинов [Святитель Игнатий 1999: 7], но это только в идеале. Человек хотел бы себя «обожить», но «обожению» человека мешает его греховная природа, а «все беды человека» (читай: его «грехи») – от его языка». Перечень грехов, их исповедание показывают, что так или иначе наши пороки, личная и социальная неустроенность связаны с неустройством, ошибками (а грех это и есть ошибка) – в языке, культуре слова, которая, конечно, есть не только культура лексическая или словоизобразительная. **Культура слова – языка – речи** (да простят меня коллеги-филологи, но я позволю себе употребить эти термины как синонимы, обозначающие в широком смысле орудие общения, средство взаимосвязи людей) – это:

(1) **культура сердца**, а значит, помыслов и сформированных ими идей (очевидно, что мысль рождается в глубине сердечной). Однако понятие «сердца», столь очевидное для духовно-философской и педагогической прозы духовных писателей (см. сочинения И. А. Ильина, св. Иоанна Кронштадтского), попросту неведомо нашей обычной педагогике;

(2) **культура чувства**, ибо «избави мя, Господи, от окамененного нечувствия», но именно «чувства» выражаются в речи, и в филологии существует понятие «речевых эмоций», т.е. эмоций, рождаемых с помощью речи. Нравственное убеждение начинается с чувства, взаимного благорасположения, доверия, но именно этого так трудно добиться в обычной и вузовской, и школьной среде;

(3) **культура мысли** как умение рождать благие и полезные мысли, способность изобретать аргументы и выстраивать цепи доказательств, для чего в риторике как искусстве доказывания существует технология обучения содержанию речи;

(4) **культура слова** как реализация мысли через творческие действия в отборе чистых, ясных, богатых и уместных слов. О том, какова культура современного слова, можно судить по иным модным передачам наших первых каналов ТВ – как телесериалов, так и полюбившихся всем КВН, однако не решаюсь в научной статье приводить примеры не просто низкопробных или вульгарных выражений, но иных фраз, песенок, с которыми раньше «в культурные дома не пускали...». Мы в наши дома все «это» впустили – и подобное «слово» достойно не брюзжания, но иронии и осмеяния...

(5) **культура фразы** (предложения, периода) как способности соединять слова в распространенных и подлинно прекрасных, уместных фразах (или фигурах речи). По этой способности оцениваются как литературный талант, так и стилистика убеждения;

(6) **культура произношения**, ибо надо выработать способность, умение, навык произнести заготовленные мысли и слова, но кто из нас, «служителей

слова», прошел или освоил техническое искусство произнесения речей, где важно все: и деление речи на такты, и паузы, и артикуляция-дикция, и логическое ударение, и интонация, и таинственная красота тембра голоса, воздействующая на человека, но, главное, энергетика, характеризующая духовно-нравственное состояние человека, находящее выражение в его звучании. Во всем этом отражается вкус как способность понимать прекрасное, а прекрасное – нравственная категория, связанная с благом.

(7) наконец, **культура телодвижения**, ибо восприятие речи всякого человека начинается еще до «слова», т.е. воспринимаются не-словесные (паралингвистические) характеристики: внешность человека, одежда, походка, прическа, поза, взгляд – «все», что в этом человеке «должно быть прекрасно: и лицо, и одежда, и душа, и мысли». Не о том ли предупреждает нас в своем дневнике царица Александра Федоровна, когда пишет, что можно обидеть «взглядом, интонацией, жестом, словом»?

Очевидно, что разговор о нравственно-философских основах бытия, о духовной жизни человека – наиболее трудный и сложный предмет для вынесения на общественное обсуждение. Но именно в этом разговоре более всего нуждается современный человек, ибо что может быть важнее внутренней, душевной, духовной жизни личности? Но найти путь к личности – это уже искусство слова, или речи, и его можно основать только на любви, знании, вдохновенном творчестве.

Литература

1. Кошанский Н.Ф. Риторика / Подг. изд. В.И. Аннушкина, А.А. Волкова, Л.Е. Макаровой. М.: Русская панорама; Кафедра, 2013.
2. Ломоносов М.В. Краткое руководство к красноречию. ПСС. М.; Л., 1952. Т. VII. С. 89–378, 805–839.
3. Ломоносов М.В. Краткое руководство к риторике. ПСС. М.; Л., 1952. Т. VII. С. 19–79, 790–800.
4. Риторика Патриарха. К 70-летию Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла / Сост. А.В. Щипков, науч. ред. В.И. Аннушкин. М.: Русистика, 2016.
5. Рождественский Ю.В. Хорош ли русский язык? // Литературная газета. 1996. 4 сентября.
6. Святитель Игнатий (Брянчанинов). Рассуждение о человеческом слове в сравнении со Словом Божиим // Язык мой – враг мой. М., 1999.
7. Слово пастыря: Бог и человек. История спасения: Беседы о православ. вере / Митр. Кирилл. 2-е изд. М.: Отд. внешних церков. связей Моск. Патриархага: Издат. совет Рус. Православ. Церкви, 2005.
8. Тредиаковский В.К. Слово о витийстве // Аннушкин В.И. История русской риторики. М, 1998. С. 156–163.

Русский язык в современной образовательной среде новых независимых государств на постсоветской территории

На сегодняшний день прошло уже более четверти века после распада СССР с образованием на постсоветской территории новых независимых государств (далее – ННГ), большая часть из которых вошла в состав Союза независимых государств (далее – СНГ). Прошедший внушительный период позволяет нам отследить в ретроспективе и оценить значимость тех серьезных перемен, которые произошли при формировании нового образовательного пространства и русскоязычной среды в этих странах. Известно, что за это время произошло много важных политических и экономических перемен, которые непосредственно повлияли на отношение населения к русскому языку, на его употребление в повседневной жизни, на методику изучения его в средней и высшей школе. Острота вопроса, связанного с отношением к русскому языку политической элиты каждой страны, всегда находила свое отражение в тех событиях, которые происходили в последнее время в ННГ. К их числу можно отнести, например, следующие: заявление правительств Украины и Грузии о выходе из состава стран СНГ; распад Грузии с отделением от нее не признанных мировым сообществом республик Абхазии и Южной Осетии; если не юридическое, то фактическое отделение Приднестровья от Молдавии; борьба в Донбассе самопровозглашенных республик за федерализацию в составе Украины; неоднократные выступления в странах Балтии в защиту прав русскоязычного населения и т.д. Сам факт «непризнания» тех или иных самопровозглашенных республик с точки зрения современной политологии не играет решающей роли в тех исторических процессах, которые там происходят. Так, например, после вхождения стран Балтии в состав СССР перед Второй мировой войной этот факт не был признан мировым сообществом вплоть до распада СССР. И тем не менее в течение полувека в Латвии, Эстонии и Литве русский язык был государственным языком и его изучали как второй родной. Таким образом, этот процесс носит политизированный и динамичный характер. Можно согласиться с мнением известного специалиста А.В. Хуторского, что важно не то, сколько стран формально входит или не входит в состав СНГ на сегодняшний день, а главное то, как обустроить образование в этих странах, исходя из необходимости воссоздания и укрепления общего образо-

вательного пространства в странах ближнего зарубежья. Актуальность этой проблемы подчеркнул президент РФ В.В. Путин при одном из посещений Таджикистана, заявив, что по отношению к русскому языку можно судить об отношении к нашей стране в целом.

Исследованию особенностей формирования образовательного пространства и образовательной среды стран ближнего зарубежья, связанных с процессом реинтеграции с одной стороны (распад СССР) и интеграции – с другой (создание СНГ, глобализация), в последнее время уделяется все большее внимание (Бразаускане, Ивбуле, Орехова, Орусбаев, Сатторов, Турунгулов, Хуторской, Кудоярова и др.). Остановимся подробнее на некоторых основополагающих вопросах.

1. Роль образовательной среды при обучении русскому языку как неродному в современных школах стран СНГ и Балтии

Под образовательной средой вслед за Н.В. Стрельченко мы понимаем совокупность необходимых условий, способствующих не только успешному обучению, но и освоению, а также усвоению социокультурного опыта. После перестройки в каждом из независимых государств стали разрабатываться свои образовательные программы применительно к новым целям обучения русскому языку. Это привело к нарушению общеметодического пространства и сокращению русскоязычной образовательной среды на фоне формирования специфической поликультурной среды в странах СНГ и Балтии. На всех этапах обучения учащийся находится в некоторой системе языковых сред, которые оказывают на него различное влияние. При этом традиционно рассматривается наличие/отсутствие среды изучаемого языка. В постсоветских странах сложился особый вид соотношения языка и социокультурной среды, а именно: неродной язык – родная страна с наличием в ней вторичного коммуникативного пространства на русском языке (Ивбуле 2006).

По мнению литовских авторов, «русский как иностранный» в республике изучают вне среды, а «родной» в иноязычном окружении. Учебная среда отличается тем, что в одном классе находятся дети, только начинающие обучаться русскому языку, и дети из русскоговорящих семей, свободно владеющих речью, но слабо знающих грамматику. «Это обуславливает особенности содержания средств обучения по сравнению с российскими учебниками: моделирование коммуникативных ситуаций в учебнике иностранного языка и учет особенностей языка регионального в учебнике родного языка, знакомство с культурой России и русских в Литве, подготовка к межкультурной коммуникации» (Бразаускене 2007).

В качестве другой особенности можно отметить то, что при формирующейся моноэтнизации в этих странах на фоне сокращения русского населения вербальная коммуникация происходит тем не менее на разных уровнях

национально-русского билингвизма и мультилингвизма с компонентом «русско». Для киргизского языка, например, это думганско-русско-китайский, киргизско-русско-немецкий, русско-киргизско-английский трилингвизм и др.

Характерной чертой современного состояния образовательной среды в странах СНГ и Балтии является отток русскоязычного населения; сокращение числа русскоязычных школ и уменьшение учебных часов на преподавание русского языка; установление определенных квот на русскоязычные СМИ. Меньше всего сократилось количество русскоязычных школ в Киргизии, больше всего – в Туркменистане. Для стран Балтии характерен перевод русскоязычных школ на платную основу либо их слияние со школами на государственном языке обучения (латышский, эстонский, литовский). Как следствие этого – снижение мотивации к изучению русского языка, которое связано также с затруднением получения высшего образования на русском языке и дальнейшего трудоустройства. Исключение составляет Республика Беларусь, в которой прирост числа средних и высших учебных заведений на русском языке выше, чем на белорусском.

Другой особенностью русскоязычного пространства в этих странах является варьирование распространенности русского языка по отдельным странам и областям (село, город). Наибольшее распространение (63%) во всех сферах общения (образование, СМИ, делопроизводство и др.), включая домашнюю обстановку, русский язык имеет в Беларуси. В отличие от этого на Украине, несмотря на большой процент русского населения, в официальной и социальной сферах, включая и детсады, школы, внедрен украинский язык. Насильственная украинизация идет под лозунгом «не только говори, но и думай по-украински». В Республике Молдова государственным языком считается молдавский, но его идентифицировали с румынским. За последние 15 лет русскоязычное население в Молдове уменьшилось вдвое. Процент русскоязычного населения в Армении, Грузии и Азербайджане невелик и составляет соответственно около 0,5%, 1% и 1,8%. В Центральной Азии русский язык более всего распространен в Казахстане, там примерно две трети населения свободно владеют русским языком. В Киргизии около одной трети жителей свободно владеют русским языком, однако русское население сконцентрировано в городах, а в сельской местности, занимающей две трети страны, русских мало или почти нет. Из стран Балтии наиболее высока доля русскоязычного населения в Латвии (до 40%), в Эстонии она составляет около 25% всего населения, в Литве – лишь 5%.

Русский язык в странах СНГ и Балтии маркирован (интерференция, кальки, гендерные стереотипы и др.). При этом обучающий потенциал естественной языковой среды носит неравномерный характер, связанный не только с региональной спецификой в отдельных странах, но и с возрастным фактором.

Взрослое население, выросшее до распада Союза, продолжает быть билингвами. Однако во многих регионах постсоветского зарубежья дети до поступления в школу не знают русского языка.

Следующая особенность образовательной среды связана с тем, что русскоязычные школы в странах ближнего зарубежья характеризуются полиэтническим составом учащихся; в некоторых из них (Нарынский район Киргизии) практически нет детей, для которых семейный язык – русский. Для многих детей общение на русском языке ограничивается учебной средой в школе. Это накладывает отпечаток на коррекцию методов преподавания русского языка в поликультурной среде.

В известных нам публикациях этот вопрос недостаточно освещен. Но косвенно об этом говорит тот факт, что в Киргизии, например, около 60% учащихся городских русскоязычных школ составляют дети не русские, а в сельской местности на огромную территорию приходится лишь единичные русские семьи. В школах с русским языком обучения можно встретить представителей различных этносов многонационального государства за исключением практически этнических русских.

Типичной является следующая ситуация: «На территории с 43-тысячным населением проживает менее 20 русских семей, большая часть из которых состоит из одного-двух человек. В русскоязычной школе № 2 из 2040 учеников 7 учеников русской национальности (в других школах русских нет вообще)... Не секрет, что учителя-русисты недостаточно владеют русским языком, особенно в сельских школах. И как результат, выпускники отдаленных районов при поступлении в вузы испытывают речевой барьер» (Турдугулов 2005).

Программы русскоязычных школ, однако, рассчитаны на учащихся, для которых семейный язык – русский, с целью изучения его как «родного». Контингент же поступающих в эти школы детей отличается разным уровнем владения языком, причем все чаще речь идет о незнании его вовсе. В сельской местности, занимающей большую часть общей территории страны, у детей нет русскоязычной среды общения помимо школы и они могут изучать его только как неродной. Отсюда – несоответствие существующих методических подходов к обучению и необходимость проведения дальнейших разработок в этой области.

В настоящее время русскоязычную школу в странах постсоветского зарубежья можно рассматривать как поликультурное образование, которое является важной частью современного общего образования, в процессе которого средствами языка субъектами образовательного процесса осваиваются знания о других культурах, традициях, образе жизни, культурных ценностях. В результате этого происходит социализация личности учащегося. Поликультурный характер школьной образовательной среды в странах СНГ и Балтии определяет специфику выбора учебных материалов и методов обучения русскому языку. Основным принципом обучения является диалог культур.

Таким образом, можно констатировать важную роль образовательной среды в «поликультурном» образовании, каким представляется в настоящее время класс в системе образовательных учреждений СНГ, а также связанные

с этим особенности обучения русскому языку в этих условиях (разноуровневый подход к обучению; подбор учебного материала с ориентацией не только на русские культурологические ценности, но и на социокультурные, этнокультуроведческие и международные аспекты; необходимость создания дружелюбной атмосферы в классе; воспитание толерантности к иным культурам; культура речи педагога и др.).

Согласно нашей концепции, школьные учебные программы являются важным компонентом образовательной среды, ее языком, поскольку они включают в себя помимо целей и содержания обучения приемы педагогического управления обучением, задают профессиональные функции преподавателя, что позволяет в определенной степени педагогически организовывать образовательную среду, открывает реальные перспективы совершенствования процесса обучения русскому языку как неродному.

Анализ специфики школьных учебных программ по русскому языку в странах СНГ и Балтии необходим для выявления составляющих (компонентов) образовательной среды, так как именно программы фиксируют изменение социального заказа общества.

Учебные программы являются непосредственным отражением условий функционирования русского языка в стране и выполняют функцию системообразующего компонента образовательной среды. Таким образом, в качестве лингводидактических составляющих (компонентов) современной образовательной среды в странах СНГ и Балтии выступают учебные школьные программы и стандарты по русскому языку как ядро образовательной среды; поликультурный характер языковой среды и обучающий потенциал русской языковой среды как существенного компонента поликультурной среды; профессионально-педагогическая компетентность учителя-русиста как владение суммой определенных компетенций. Владение знаниями об особенностях преподавания русского языка как неродного в поликультурной среде является важным условием формирования профессионально-педагогической компетенции будущих учителей-русистов.

Однако политические, экономические, социальные изменения, произошедшие в странах СНГ и Балтии после распада Союза, определили специфику условий функционирования русского языка в каждой из этих стран, которая влияет на формирование образовательной среды. В суверенных государствах существуют следующие основные типы школ с изучением русского языка:

- русский язык как родной – с I класса (русскоязычные школы «национального меньшинства» на Украине, в Молдове, странах Балтии или русскоязычные школы с изучением русского языка как второго государственного в Беларуси);
- русский язык как второй родной (белорусские школы);

В республике Абхазия отсутствуют школы с полным образовательным циклом на абхазском языке. Преподавание в абхазских образовательных

учреждениях ведется в основном на русском языке как «языке государственных и других учреждений». В республике Южная Осетия практически все школы русскоязычные. Преподавание ведется по типовым программам Российской Федерации и по российским учебникам, хотя русский язык имеет статус «официального», а не второго государственного.

– русский язык как неродной: со II класса киргизских, казахских школ и армянских школ с углубленным обучением русскому языку;

– русский язык как иностранный (с V, VI, VII и даже с X классов) – страны Балтии, Азербайджан, Таджикистан, Молдова. В странах Балтии формально сохраняется возможность изучения русского языка в качестве первого иностранного, но фактически он изучается по выбору (в качестве второго или третьего иностранного языка);

– билингвальные школы, в которых часть предметов изучается на русском языке, а 40% (и выше) – на языке титульной нации (Латвия, Эстония);

– смешанные школы, в которых есть классы с преподаванием на русском языке и на языке титульной нации.

На протяжении последних 20 лет в каждом из независимых государств разрабатываются свои образовательные стандарты и программы применительно к новым целям обучения русскому языку.

Эти стандарты и программы, с одной стороны, базируются на положениях «Типовых программ для национальных школ» советского периода, а с другой стороны, в них широко представлен компетентностный подход к обучению русскому языку, связанный с вестернизацией и глобализацией образовательных процессов на постсоветской территории.

Проведенные нами исследования учебных программ и образовательных стандартов из стран ближнего зарубежья показали, что большинство из них ориентировано на компетентностный подход к обучению (Кудоярова, 2009). Перечень компетенций, описывающих цели обучения русскому языку, носит внушительный характер: в каждой из них говорится о формировании у школьников в курсе изучения русского языка от 1 до 10 компетенций, при этом их общий список насчитывает 25 наименований. Относительно большой спектр компетенций, часть из которых близки по своему названию или по содержанию, свидетельствует, на наш взгляд, о неустоявшейся терминологии в методической сфере. И все же не различия в терминологии являются главной причиной проблем в обучении русскому языку на сегодняшний день, хотя нельзя отрицать тот факт, что единые подходы к определению целей обучения, одинаковое понимание методических категорий и понятий облегчает сотрудничество и обмен опытом специалистов разных стран. Бурно растущее число заявляемых в учебных программах компетенций позволило нам их систематизировать и разработать специальный «Тезаурус» (Кудоярова, Фарисенкова 2015).

Помимо программ и стандартов образования важным системообразующим компонентом образовательной среды является учебник. Как известно, еще К.Д. Ушинский считал, что «учебник – фундамент хорошего образования».

Изменение статуса русского языка повлекло за собой необходимость разработки новых методических подходов к обучению и обновления учебников. Особенности социального, политического, экономического развития независимых республик определяли соответствующие темпы и качественный уровень этих преобразований, однако за последние годы процесс разработки и создания собственных учебников значительно интенсифицировался. Нами были проанализированы учебники русского языка, созданные в последние годы в Армении, Казахстане, Киргизии, Молдавии, Украине и Таджикистане. В поле нашего зрения попали в основном учебники, предназначенные для преподавания в школах (классах) с государственным языком обучения этих стран.

Проанализировав структуру, способ представления грамматического материала, лингвокультуроведческое содержание, текстовую основу учебников, а также представленную в них систему упражнений и заданий, можно сделать вывод, что большинство учебников полностью соответствует программам и стандартам. Среди достоинств выделим логичную структуру, системность изложения учебного материала, коммуникативную направленность, умение авторов соотносить обучающий материал с интересами и возрастными особенностями школьников. Важно, что в большинстве учебников много дополнительной информации в виде таблиц, словарей, справочных материалов. Авторы учебников русского языка как неродного уместно привлекают родной язык школьников в целях объяснения контрастивных грамматических явлений, используют возможности перевода. Помимо глубоко продуманных, методически выверенных упражнений по грамматике и синтаксису в учебниках много заданий, ориентирующих учащихся на самостоятельное осмысление грамматических особенностей русского языка. Особо хочется отметить наличие заданий, направленных на самостоятельное планирование и осуществление учебной деятельности, организацию учебного сотрудничества с окружающими. Авторами многих учебников учтена и цель – обучение школьников не только монологическим, но и диалогическим высказываниям ситуативного характера, обсуждение заданной темы, проблемы. Предлагаемые для обсуждения темы не только направлены на развитие речи, но и помогают формированию самооценки, ответственности, личностного самоопределения учащегося, что полностью соответствует задачам обучения. К недостаткам проанализированных пособий можно отнести прежде всего то, что в подавляющем большинстве учебников русского языка как неродного/иностранного отсутствует разделение новой лексики на активную и пассивную и, соответственно, планомерная работа над активным словарем учащихся. Эту недоработку нельзя полностью относить к работе авторских

коллективов, так как практически во всех программах по русскому языку отсутствуют лексические минимумы. К методическим недочетам можно отнести и перегруженность некоторых учебников данного типа теоретической информацией, сложность ее формулировок. Хорошо известно, что подобный способ введения и активизации учебного материала слабо связан с коммуникативной функцией языка, не способен стимулировать и активизировать учебную работу, неэффективен при обучении школьников, для которых русский язык не является родным. Но данное замечание не носит всеобщего характера. Таким образом, мы видим, что в целом все проанализированные учебники подготовлены на высоком методическом уровне.

Итак, мы видим, что теоретическая и методическая база обучения русскому языку в виде качественных программных документов и учебников существует. Но тем не менее все исследователи и практикующие учителя подтверждают тот факт, что средний уровень знания русского языка у современных школьников стран СНГ с каждым годом снижается.

В чем же заключается главная проблема современного процесса обучения русскому языку как неродному/иностранному? Прежде всего в отсутствии еще одного важного компонента образовательной среды – широкой сферы применения русского языка в общении. Изучение языка в том случае становится успешным, если язык из цели превращается в средство и активно используется для достижения каких-либо результатов. Школьникам чаще всего не с кем и не о чем общаться вне урока на русском языке. И тут на помощь современной системе образования готова прийти еще одна составляющая современной образовательной среды – виртуальная. С помощью участия в образовательных проектах русскоязычного сегмента Интернета, активного использования образовательных интернет-ресурсов можно добиться того, что школьник сам себя «заставит» хорошо говорить, читать и писать по-русски. Таким педагогическим опытом делится, например, заслуженный учитель Азербайджана Алмаз Хасрет: «Благодаря русскоязычным онлайн-проектам я нашла новый метод преподавания биологии и новый подход к ученикам. В 2006 году я создала в школе команду учеников под названием «VіbioKі» для участия в российских конкурсных проектах. В 2007 году мы стали победителями проекта «300 интеллектуальных школ» вместе с учениками, которые не учились в русских школах и почти не могли говорить на русском языке. Все проекты сначала я переводила ученикам на наш родной азербайджанский язык, потом мы решали задания, а в конце все ответы и готовые материалы я переводила обратно на русский <...> Участвуя в онлайн-проектах, наши ученики охотно завязывали дружеские отношения с российскими школьниками, охотно обменивались с ними своими мыслями. Такое сотрудничество было очень приятным для всех нас. Бывало, что во время совместной работы мы, сами не замечая, переходили на русскую речь. Особенно когда обменивались работами в блогах, писали на форумах и т. д.

Многие ученики нашей команды, участвуя в российских проектах, впервые заговорили по-русски. Правда, в их речи было немало грамматических ошибок, но благодаря российским школьникам они научились их исправлять. И часто в процессе совместных обсуждений все проблемы решались без переводчика (то есть без меня)» (http://gia.ru/trend/russian_language_27112014/).

При острой нехватке живого ежедневного общения на изучаемом, в данном случае русском, языке электронные интернет-ресурсы являются практически единственным способом найти применение своим знаниям русского языка или найти возможность эти знания совершенствовать. Не случайно среди решений прошедшего в мае 2015 г. второго заседания общественного совета базовой организации по русскому языку в странах СНГ значится: «Рекомендовать преподавателям русского языка и литературы в странах СНГ использовать возможности портала «Образование на русском» в преподавании русского языка в школе и вузе». Этот портал предоставляет широкие возможности как для изучения русского языка иностранцами, так и для познавательной деятельности на русском языке в самых разных областях знания. Кроме этого, преподаватели школ и вузов могут использовать его возможности и для повышения собственной квалификации, и для профессионального общения. Это представляется особенно важным, ведь межнациональный методический диалог – это шаг к созданию единого образовательного пространства.

2. Глобализация образовательного пространства как фактор, влияющий на изучение русского языка в странах постсоветского зарубежья

Понятие «образовательное пространство» является относительно новым и определяется как некое место с заданным набором отношений и связей, в котором различные системы (государственные, общественные, смешанные) обеспечивают развитие и социализацию (в процессе обучения и воспитания) индивида.

Формирование русскоязычного общеобразовательного пространства ННГ, образовавшихся после распада СССР на постсоветской территории, следует рассматривать в исторической ретроспективе. Развитие системы обучения русскому языку в Российской империи и в Советском Союзе находилось в прямой зависимости от языковой политики государства. Создание в 70–80-х гг. XIX века так называемых новометодных и русскотуземных школ на территории национальных окраин явилось началом обучения местного населения русскому языку и основой развития межкультурной коммуникации. В то же время в Российской империи национально-русское двуязычие не носило массового характера.

Однако в середине XX века русский язык стал основой развития массового национально-русского билингвизма как второй родной язык. Было образо-

вано и до распада Советского Союза существовало единое методическое и образовательное пространство, объединявшее все народы СССР, которое базировалось на единой учебной программе (Типовые... 1981, 1986), которая выполняла функцию и стандарта образования, поскольку в ней выдвигались и обеспечивались единые унифицированные требования для разных условий, составляющие особую, дополнительную – пространствообразующую – функцию программ.

Известно, что начальный этап становления независимости бывших республик Советского Союза ознаменовался негативным отношением к русскому языку вплоть до отказа от его изучения. Но с учетом важной роли русского языка в странах ближнего зарубежья пришло понимание того, что наряду с укреплением позиций государственного языка титульной нации одной из важных проблем является воссоздание и сохранение образовательного пространства в геополитической ситуации. Создание независимых государств, изменение статуса русского языка, с одной стороны, и процессы глобализации мирового образовательного пространства на рубеже XX–XXI века, с другой, приводят к изменению приоритетов концепции образования с учетом особенностей условий функционирования русского языка в каждой из этих стран.

Под «единым образовательным пространством СНГ» подразумевается «занимаемое им после распада Союза пространство, в котором на основе добровольно принятых обязательств осуществляется согласованная деятельность в области образования, науки и культуры, отвечающая как национальным интересам каждого из его членов, так и интересам содружества в целом и базирующаяся на исторической общности живущих в нем людей (Хуторской 2006).

В официальной Межгосударственной программе под единым (общим) образовательным пространством СНГ понимается «общность принципов государственной политики в сфере образования. Согласованность государственных образовательных стандартов и требований по подготовке и аттестации научных и научно-педагогических кадров, сочетаемых с равными возможностями и свободной реализацией прав граждан на получение образования в образовательных учреждениях на территориях государств-участников Содружества» (Хуторской 2006).

В качестве документальной основы, которая служит нормативно-правовой базой создания единого (общего) образовательного пространства СНГ, являются следующие материалы: «Концепция формирования единого (общего) образовательного пространства Содружества Независимых Государств (17.01.97 г.); «Концепция модельного образовательного кодекса для государств – участников СНГ» (09.12.2000 г.); модельный закон «О языках» (24.12.04 г.).

Полагают, что образовательное пространство является частью единого мирового информационного пространства, складывающегося на базе

компьютерных технологий и новейших информационных технологий, воздействующих на индивидуальное и коллективное человеческое сознание и меняющих его.

Учитывая растущую взаимосвязь и взаимозависимость всех стран и народов мира, развитие системы образования в странах СНГ целесообразно рассматривать в комплексе с процессами развития мирового образовательного пространства.

Известно, что в настоящее время в сфере систем образования стран СНГ провозглашаются реформы в направлении глобализации, адаптации мировых тенденций к национальным условиям, индивидуализация образования. Так, еще в апреле 2005 г. на 7-й конференции министров образования государств – участников СНГ были определены основные направления реформ, в том числе интеграция в европейское пространство высшего образования, пути присоединения к так называемому Болонскому процессу, по которому к 2010 г. должно быть сформировано общее пространство стран СНГ в сфере высшего образования. «Вестернизация» образования связана не только с введением двухступенчатой модели высшего образования (бакалавриат, магистратура), но и с введением компетентностного подхода к образованию, а также с возрастанием роли английского языка в образовательном пространстве СНГ. Впервые в истории планета получила язык глобального общения, практически во всех странах мира говорят на английском языке. Зона активного распространения английского языка постоянно расширяется. Его изучают в качестве иностранного не только в странах СНГ, но и там, где господствовали раньше другие языки, например, французский, русский, испанский, а там, где ранее он был иностранным, он становится вторым языком.

Поскольку изучение иностранного языка имеет культурологическую направленность, экспансия английского языка неизбежно сопровождается культурной экспансией. Английский язык в странах СНГ конкурирует с русским языком в области таких мощных технологий, как телевидение и Интернет. Общепринятая политика билингвизма на Западе (родной язык плюс английский) и трилингвизма в странах СНГ (родной язык, русский язык и английский язык) направлена на интеграцию в мультикультурное и поликультурное мировое образовательное пространство (Алиев, Каже 2005).

Предполагается, что стремление к билингвальному и трилингвальному образованию должно обогащать, а не ущемлять духовное развитие личности. Однако активное внедрение такого «гиперязыка», как английский, в условиях «чистого поля», которым именуют нередко образовательное пространство постсоветского зарубежья, становится дополнительным фактором вытеснения русского языка. По словам А.О. Орусбаева, «не секрет, что в Кыргызстане со времени его суверенизации идет по объективным и субъективным обстоятельствам постоянное снижение уровня владения русским языком как

официальным. Это особо заметно среди представителей молодого поколения, что ведет к утрате интереса к российской культуре и этническому разобщению Кыргызстана и сопредельных стран. В то же время со стороны международных организаций проводится назойливое внедрение других языков и в первую очередь английского... Налицо консюмеризм и вестернизация образования (Болонский процесс, Единое национальное тестирование, кредит-часы, многоступенчатое образование и др.)» (Орусбаев 2007). Появилось образное выражение, что русскоязычное образовательное пространство стран СНГ сжимается, как «шагреновая кожа» (Туксаитова 2005). По мнению А.О. Орусбаева, «бесцеремонная пропаганда и небезуспешные попытки внедрить в сознание и быт народов Средней Азии и Казахстана чуждые им ценности могут иметь в недалеком будущем трудно предсказуемые негативные последствия». Эту тревогу разделяют и отечественные лингвокультурологи, занимающиеся проблемами интеграции России в процесс международной глобализации и ролью русского языка как языка мирового общения и общечеловеческой культуры. Известный лингвокультуролог В.М. Шаклеин считает, что, говоря о месте в будущей объединенной Европе славянских языков и культур, вряд ли стоит основываться на распространенной идее лингвокультурного равенства, поскольку уже сейчас наблюдаются факты некоторой дискриминации славянских языков, например, в странах Балтии. Несмотря на то что вхождение славянских лингвокультур в европейскую лингвокультуру неизбежно и даже желательно, «европеизация славянского мира (особенно православного) не должна означать разрушение традиционного уклада жизни. Славянские языки и культуры не должны быть поглощены плавильным котлом народов. Они имеют древнюю и богатую традицию» (Шаклеин 2006).

Сегодня необходима ориентация не только на интеграцию, но и на дифференциацию образовательного пространства СНГ.

Создание независимых государств, изменение статуса русского языка, с одной стороны, и процессы глобализации мирового образовательного пространства на рубеже XX–XXI веков – с другой, приводят к изменению приоритетов и концепций образования с учетом особенностей условий функционирования русского языка в каждой из этих стран.

В Республике Беларусь прирост числа средних и высших учебных заведений на русском языке выше, чем на белорусском. Политика суверенных государств в области образования направлена на трилингвизм (язык титульной нации, русский язык плюс английский) и на полилингвизм. При этом количество учебных часов продолжает сокращаться в пользу английского языка. Так, например, в киргизских школах на изучение русского языка число учебных часов в неделю снизилось с 4 (1990 г.) до 2 (2000 г.), в то время как число учебных часов в неделю на изучение английского языка выросло в те же сроки с 2 до 6 часов (Елебесова 2005).

В современных образовательных стандартах отдельных стран ближнего зарубежья русский язык перестал быть предметом обязательного изучения. В странах Балтии его предполагается изучать факультативно либо с 5–7-го класса в качестве второго или третьего иностранного языка по решению педагогов и родительских комитетов. Все это приводит к сокращению числа изучающих русский язык. «Во времена СССР на русском языке как основном разговаривали 286 миллионов человек, его хорошо знало большинство жителей союзных республик. Сейчас население 14 бывших республик СССР насчитывает свыше 140 миллионов человек, что почти равно населению Российской Федерации. Однако русским владеют, по оценкам доклада МИД РФ «Русский язык в мире», 100 миллионов человек». Согласно экспертным данным, «через 10 лет число владеющих русским в этих странах уменьшится более чем в 2 раза» (Арефьев, Чепурных... 2005).

Однако русский язык как неродной по-прежнему необходим в странах ближнего зарубежья. Это язык межнационального общения и язык-посредник, благодаря которому осуществляется реальная возможность приобщения различных этносов к научному, культурному, информационному, педагогическому, этнологическому потенциалу образовательного пространства России и в определенной мере к мировому образовательному пространству. В практическом плане это возможность получить среднее образование на русском языке путем традиционного или дистанционного обучения и продолжать образование в вузах республик СНГ либо в России. Для многотысячной армии трудовых мигрантов это возможность жить и работать в России (для других – устроиться на родине в русскоязычных сферах деятельности (туризм, бизнес, педагогическая деятельность и др.). Кроме того, для русскоязычного национального меньшинства это шанс сохранить уникальное своеобразие языка, национальную культуру и вековые традиции своего народа в иноязычном окружении.

3. Пути оптимизации изучения и преподавания русского языка в странах ближнего зарубежья

Существуют различные пути оптимизации изучения и преподавания русского языка в странах ближнего зарубежья. Это, например, разработка и создание учебных и образовательных программ изучения русского языка и на русском языке в интернет-пространстве (например, с использованием портала «Образование на русском») с целью дистанционного их использования, а также выделение квот и льгот на получение высшего образования в Российской Федерации. Это также международные олимпиады по русскому языку для зарубежных школьников, которые с успехом многократно проводились на базе нашего Института русского языка им. А.С. Пушкина. В последние годы нарастает активность молодежного волонтерского движения «Послов

русского языка в мире» – студенческих отрядов, которые по специально разработанным программам проводят занятия с иноязычными школьниками у них на родине либо в нашей стране. Помимо общения на русском языке большое значение имеет при этом развитие межкультурной коммуникации (изучение быта, культуры, создание теплых дружеских отношений).

Материалы последних международных конгрессов и конференций по проблемам русского языка в сообществе народов СНГ свидетельствуют о необходимости совершенствования системы подготовки и переподготовки квалифицированных педагогических кадров на основе новых учебно-методических программ, пособий и учебников (в основном с использованием возможностей образовательных интернет-порталов) с учетом национальных особенностей и современных подходов к обучению (коммуникативной направленности, прагматичности и адресности обучения).

Литература

1. Алиев Р., Каже Н. Билингвальное образование: Теория и практика. Рига: Retorika, 2005. 384 с.
2. Елебесова С.А. Русский язык в образовательной среде Кыргызстана // Русский язык в сообществе народов СНГ: Тр. и мат-лы междунар. конгресса. Бишкек, 2005. С. 91–93.
3. Орусбаев А.О. Статус и назначение русского языка в интеграционных процессах стран Содружества // Русский язык за рубежом. 2007. № 1. С. 102–107.
4. Кудоярова Т.В. Русский язык в современной образовательной среде стран СНГ и Балтии. Дис. ... канд. филол. наук. М., 2008. 318 с.
5. Кудоярова Т.В., Фарисенкова Л. Тезаурус компетенций студентов филологического профиля и учащихся школ: Монография. PalmariunAcademicPublishing, Германия, 2015. 79 с.
6. Русский язык в новых независимых государствах: результаты комплексного исследования. М.: Фонд «Наследие Евразии», 2008. 176 с.
7. Туксайтова Р.О. Билингвистическая ситуация в современном Казахстане // Русский язык за рубежом. 2007. № 1. С. 97–101.
8. Хуторской А.В. Образовательное пространство СНГ – проблема сравнительной педагогики. М.: Научно-внедренческое предприятие «ИНЭК», 2006. 247 с.
9. Шаклеин В.М. Славянские лингвокультуры в условиях европейской цивилизации // Проблемы статуса и преподавания русского в свете взаимодействия языков и культур государств – участников СНГ и стран Балтии в XXI веке: Сб. мат-лов междунар. научно-практич. конф. М.: Учебно-тренинговый центр «Эксперт», 2006. С. 78–79.

Межкультурная коммуникация как область исследования

Межкультурная коммуникация как исследовательская область представляет собой синтез нескольких дисциплин, которые позволяют ей развиваться вширь, вглубь, что, в свою очередь, приводит к возникновению дискуссионных площадок. В статье я коснусь специфики межкультурной коммуникации, попытаюсь очертить области современного исследования, показать некоторые «точки роста».

Междисциплинарность межкультурной коммуникации

Межкультурная коммуникация – это область междисциплинарных исследований, что несколько ослабляет и делает нечеткими границы ее описания. Она коррелирует с таким зонтичным термином, как *диалог культур*. Сам термин *межкультурная коммуникация* также иногда рассматривают как зонтичный [19]. В ней используются методы анализа, применяемые в лингвострановедении и лингвокультурологии, в когнитивной лингвистике, социо-, этно-, психолингвистике.

Теоретическая база межкультурной коммуникации формируется на основе исследований по культурной антропологии, невербальной семиотике, кросс-культурной психологии.

Параметры, выделенные культурными антропологами [37; 34; 36; 35; 38 и др.], положены в основание классификаций разных лингвокультур.

Невербальная семиотика показывает культурную обусловленность ряда коммуникативных единиц: мимики, жестов, расстояния между собеседниками, направления взгляда, молчания и некоторых других [17; 9]. Невербальные компоненты включены также в набор признаков, формирующих коммуникативные стили представителей разных лингвокультур [24; 20].

В кросс-культурной психологии обсуждается влияние культурного контекста на формирование этических норм, моделей поведения и др. Делается попытка выявить, в каком возрасте культурный контекст начинает оказывать влияние на восприятие ребенка. Также исследуются особенности восприятия детей-билингвов [40; 39: 196–204; 31: 518–526].

Каждое из перечисленных направлений формирует фрагмент исследовательского поля межкультурной коммуникации.

Прикладной характер межкультурной коммуникации

Межкультурная коммуникация сочетается с разными областями практической деятельности. Она имеет отношение к дискурсивным практикам,

связанным с международными контактами: дипломатическими, спортивными, туристическими, журналистскими, образовательными, медицинскими, юридическими, бизнес и др. Важным стимулом для развития межкультурной коммуникации остается преподавание иностранных языков, а также родного языка как иностранного, в нашем случае русского языка как иностранного.

Эталон межкультурной коммуникации – это успешная коммуникация, поэтому одной из задач будущих исследований станет создание типологии коммуникативных неудач, общих и применительно к конкретным сферам деятельности. Требуют также системного описания способы предотвращения коммуникативных неудач и межкультурные тренинги, помогающие снять культурный шок. Это одно из важных направлений для будущих учебников по РКИ.

Таким образом, в межкультурной коммуникации теоретические аспекты соотносятся с прикладными, лингвистические факторы с экстралингвистическими.

Модели «расширения» межкультурной коммуникации

Исследовательская область межкультурной коммуникации расширяется за счет сопоставления разных лингвокультур, которая ведется по разным основаниям. Так происходит накопление кросс-культурного аналитического материала.

Широко представлены работы, посвященные сопоставительному анализу концептов. Названия создаются по модели: «Концепт X в русском и в Y языках». Позиция X заполняется такими лексическими единицами, как *жизнь, смерть, любовь, судьба, свобода, счастье, время, дух и душа, человек, друг* и т. д. Сходные модели используются и в работах по сопоставительной фразеологии: «Фразеологизмы с компонентом X в Y языках»; «Концепт X во фразеологии»; «X в призме / сквозь призму фразеологии»; «Образ X во фразеологии» и др. В работах часто исследуются соматизмы, «части тела», внутренние органы человека; растения, флоронимы; зоонимы и зооморфизмы, орнитонимы; цветообозначения; еда, хлеб, чай; вода, воздух, огонь, земля; числительные; сравнения; номинации родства и др.

Важной для межкультурной коммуникации темой является прагматика речевого общения¹. В сопоставлении с другими лингвокультурами описываются комплимент, извинение, согласие/несогласие, отказ, просьба, благодарность и некоторые другие². Интересно, что специфический для русской лингвокультуры речевой жанр жалобы³ практически не имеет сопоставительного

¹ Об этом см. также работу Р. Ратмайер в настоящем номере журнала.

² См. также работы [25; 20; 18: 252–274 и др.].

³ См. работу, в которой приводятся примеры из записанных повседневных разговоров жителей перестроенной Москвы и других регионов России. В ней внимание уделяется жалобам – литаниям, которые рассматриваются как специфический жанр русских разговоров [26].

описания. Единицы, относящиеся к категории вежливости, по сравнению с лексическими концептами описываются несколько реже.

Сопоставительные работы, в которых рассматриваются культурно маркируемые единицы, а также единицы, относящиеся к прагматике речевого высказывания, расширяют исследовательское поле межкультурной коммуникации. Однако до обобщения, которое позволило бы систематизировать полученные данные, дело пока что не дошло. Соответственно вопрос о том, что в русской лингвокультуре можно отнести к универсальным единицам, а что – к культурно-специфическим, пока нельзя считать решенным.

Межкультурная коммуникация и проблемы понимания

Понятие *культурной переводимости*, используемое в межкультурной коммуникации, непосредственно связано с культурной семантикой лексических единиц. Это отмечалось уже в самых первых работах по лингвострановедению [11]. В 90-е годы прошлого века культурная переводимость/непереводимость послужила основанием для выявления лингвоспецифичных единиц [10; 14]. В последнее время для определения критериев и меры лингвоспецифичности привлекаются данные параллельных корпусов [13: 683–695; 29: 584–594].

Критерий культурной переводимости соотносится с проблемами понимания. Понимание стало центральной темой известной книги А. Вежбицкой [10].

Понимание / непонимание культурных смыслов играет важную роль в межкультурной коммуникации. На метауровне оно связано с универсальным противопоставлением «своего» – «другому».

Интересно, что сама лексема *непонимание* в русском языке имеет культурную специфику. Она включена в концептуальное поля агрессии и отрицательных эмоций [5: 529–543]. Иноязычные эквиваленты *непонимания* (английский *misunderstanding* и немецкий *Verständnislosigkeit*), согласно проведенному опросу, не образуют отрицательных оценочных коннотаций.

Межкультурное непонимание провоцирует коммуникативные неудачи. Обозначу некоторые общие причины его возникновения.

Межкультурное непонимание лексических единиц возможно в следующих ситуациях: 1) незнание / недостаточное знание истории, традиции, культурных практик и т.д.; 2) неадекватное восприятие истории, традиции, культурных практик и т.д., вызванное сложившимися стереотипами, предубеждениями; 3) разный статус того или иного концепта в разных лингвокультурах; различия в культурных коннотациях; 4) прагматика речевого общения: различия в функционировании этикетных формул, конвенциональных клише⁴.

Соответственно для адекватного понимания человеком другой лингвокультуры лексических единиц с высокой степенью культурной непереводимости необходимо владение: а) энциклопедической информацией (первый тип);

⁴ Подробнее об этом см. [7(6): 181–189].

б) информацией, которая разрушает влияющие на интерпретацию другой лингвокультуры предубеждения и стереотипы (второй тип); в) культурологической информацией, проявляющей различия в коннотативном фоне, формах и способах конвенциализации лексических единиц (третий и четвертый типы). Приведу несколько примеров.

(1) В русской лингвокультуре сравнение рук с корнями скорее всего будет воспринято сквозь призму образа старости и тяжелого крестьянского труда. Знание того, какие символические смыслы имеет образ *лотоса* в восточных культурах, поможет носителю русского языка осуществить «когнитивный сдвиг» в китайскую лингвокультуру. Это даст понимание того, что сравнение с корнями лотоса *bi ruo lian ou* (*руки как корни лотоса*) характеризует красоту девушки, а не старость женщины, прожившей долгую трудовую жизнь.

К рассматриваемому типу непереводимости на другие языки можно отнести и сочетания с эпонимами, например, словосочетание *тургеневские девушки* имеет такие смысловые компоненты: 'душевная тонкость, требовательность характера, идеализм'. Эти качества присущи героиням произведений И. С. Тургенева, одного из самых крупных русских писателей XIX века.

(2) Ошибочную интерпретацию, основанную не столько на незнании, сколько на предубеждении, можно проиллюстрировать таким примером: немецкие студенты с некоторой брезгливостью объясняли на занятиях по русскому языку сочетание *кровь с молоком*, расшифровав его буквально. В основании такого «когнитивного выбора» лежит недоверие, сформированное стереотипом: 'у этих странных русских напитки тоже странные'.

(3) Разные статусы концептов в разных лингвокультурах подробно разбираются в работах по лингвокультурологии. Приведу один пример из опыта работы с иностранными студентами. Использование фразеологизмов *не судьба* и *не судьба мне* (сделать что-л.) в таких высказываниях как, например: *Очень хотела прийти сегодня пораньше, но попала в пробку, значит не судьба! Стало холодно, значит не судьба мне надеть сегодня летнее платье!* – вызывает недоумение у носителей разных лингвокультур. Реакции при этом различаются. Так, немецкие и австрийские студенты удивляются частотности этого выражения в русском языке. «Чуть что случилось, вы сразу говорите: *Не судьба!* Словно от вас ничего не зависит». Несколько иное отношение к использованию этого фразеологизма в русском языке у студентов-мусульман. Например, турецкие студенты это прокомментировали так: «Слово *судьба* связано с божественным, сакральным, поэтому оно не может употребляться в профанных текстах, описывающих бытовые, сиюминутные ситуации. Для употребления этого слова нужен серьезный повод».

(4) Различия в функционировании этикетных формул, конвенциональных клише можно иллюстрировать примером, который был взят из социальной сети Facebook (пост Ольги Седаковой): «Когда я впервые жила в Англии

в качестве Poet in Residence в университете Keel, был мой вечер, и мы сидели с ректором за столом. Он спросил меня: *Are you happy?* Я подумала: «Странный момент для исповеди!» И ответила: «Не могу сказать...» Он (озабоченно): *But what's wrong?* «Надо же, – думаю, – какой настойчивый!» И говорю: «И это мне трудно сказать». Тут он стал переставлять цветы, микрофон и т. п. И я поняла, что он хотел узнать, удобно ли мне. Потом я узнала, что студенты на этом месте говорят: *Are you ecstatic?* Эту ситуацию комментирует известный переводчик-синхронист, работавший с М. С. Горбачевым Павел Палажченко: «Happy – довольный... Friend – знакомый... У них все «вширь», а у нас – «вглубь». (Даже *more than happy* – не то чтобы «счастлив», а такое формальное *I'd be more than happy to help you* – С удовольствием вам помогу)».

Здесь непонимание возникает из-за несовпадения дискурсивных практик: этикетная форма одной лингвокультуры при прямом переводе «автоматически» опознается в другой лингвокультуре как относящаяся к иному типу дискурса. Соответственно для определенных ситуаций она может быть оценена как неуместная. В русской лингвокультуре вопрос: *Ты / Вы счастлив(а)ы?* – не относится к этикетным в отличие от английского *Are you happy?* Он скорее является маркером разговора по душам. Показательно, что О. Седакова абсолютно точно, хотя, возможно, не без иронии, соотнесла его с исповедью.

Еще один пример из практики преподавания РКИ. На уроке русского языка преподаватель объяснял выражение *говорить без обиняков*, ср., например, такой контекст: *Зашел почему-то разговор обо мне, и Короленко сказал без обиняков, напрямик, что я иду по неверной литературной дороге, отдавая все свои силы газетным статьям-однодневкам* (К. Чуковский. «Короленко в кругу друзей»). Японский студент, знавший русский язык лучше других, перевел это выражение как *говорить нагло*. Даже если согласиться с тем, что перевод не слишком удачен, все же он необычайно точно характеризует установки японской культуры, не допускающей потерю социального лица собеседника. С этим, в частности, связаны многочисленные формы вежливости в японском языке. То, что в одной лингвокультуре звучит как нейтральное, в другой воспринимается как недопустимо резкое. Русские фразеологизмы: *говорить прямо / все как есть; говорить в глаза / как на духу; резать (в глаза) правду-матку* – описывают ситуации искреннего разговора, который может не понравиться собеседнику, обидеть его, но который в русской лингвокультуре рассматривается как особая форма доверия и/или бесстрашия (если это – разговор с начальником или с кем-либо, кто имеет более высокий, чем у говорящего, статус). Это непонятно носителям японской лингвокультуры.

Исследование переводимости лексических единиц, а также интерпретации их представителями других лингвокультур сохраняет свое значение для межкультурной коммуникации⁵.

⁵ Подробнее об этом см. работу [27: 187–197].

Межкультурная коммуникация: аспектные исследования

Помимо расширения исследовательского поля за счет сопоставительного анализа разных лингвокультур и применения методов межкультурного описания в отношении различных прикладных областей (развитие «вширь») детализируется также описание разных аспектов межкультурной коммуникации (развитие «вглубь»). В частности, уточняются операциональные термины. Я остановлюсь на двух достаточно важных вещах: понятии лингвокультурной нормы и конструировании образа «другого» в художественных текстах.

Человек «своей» лингвокультуры vs человек «другой» лингвокультуры. Продукция и рецепция лингвокультурных норм. Лингвокультурные нормы можно понимать как закрепленные традицией вербальные и невербальные действия, выражающие ценностные установки ее носителей и идентифицирующие принадлежность последних к определенной лингвокультуре. При описании лингвокультурных норм принципиально важно разделять их продуктивное воспроизводство и рецептивное восприятие.

Лингвокультурная общность формируется на основе знания и воспроизводства лингвокультурных норм. При этом знание часто оказывается более важным, чем воспроизводство, которое в ряде случаев может быть необязательным. Принадлежность к лингвокультуре в значительной степени обусловлена рецептивным восприятием лингвокультурных норм. Человек «своей» лингвокультуры опознается через их понимание и правильную интерпретацию в большей степени, чем через их воспроизводство. У него они не вызывают удивления⁶.

В качестве примера рассмотрим свойственное русской лингвокультуре бытование ряда примет⁷ в поведенческих практиках. Такие приметы, как: *прощаясь через порог, ты накликаешь на себя неприятности* (пути не будет); *если, выйдя из дома, ты вынужден(а) быстро вернуться* (за забытой вещью, например), *то надо посмотреться в зеркало* (иначе пути не будет); *оказавшись между двумя людьми с одинаковыми именами, можно загадывать желание* и др., – достаточно распространены. Их можно рассматривать как лингвокультурные нормы. Человек «своей» лингвокультуры необязательно воспроизводит их, однако, если кто-то при прощании скажет: «Только не через порог!» – то фраза и примета будут опознаны и не вызовут удивления. Может удивить только поведение говорящего, его «вера» в приметы. Мысленная реакция в этом случае будет приблизительно такая: «Зачем ему/ей все это нужно?!» У человека «другой» лингвокультуры удивление вызовет и фраза, и примета (если он ее не знает), и ее воспроизводство. Реакций может быть

⁶ О «человеке удивляющемся» – сконструированном понятии, которое описывает центральную фигуру межкультурного диалога: вербального, жестового, мимического см. [6(а): 254–261].

⁷ Подробнее об этом см. работу [27: 187–197].

соответственно несколько. «А что это значит?» – вопрос о значении фразы. «А почему этого нельзя делать?» – вопрос о значении приметы. «Какая странная (интересная, смешная...) примета!», «Все-таки русские – странные (интересные, смешные...) люди» – удивление и оценка, вызванные несовпадением со «своей» лингвокультурой. Человек «другой» лингвокультуры по сравнению с человеком «своей» лингвокультуры удивляется больше, большему и (иногда) по другим поводам.

Образы «другого» в художественных текстах. Тема стереотипов не уходит из фокуса внимания исследователей уже несколько десятков лет. В рамках лингвистического подхода стереотипы рассматриваются как формы упрощения, обобщения и оценки, подчеркивается нейтральность механизмов их образования [1]⁸.

В отдельный класс выделяются этностереотипы, в которых моделируется образ другого, чужого, и прямо или косвенно выражается этноцентристская позиция. Природа, семантика, функционирование этностереотипов исследовались на материале народной культуры [1; 2; 4: 22–30; 30]. Они обсуждались в русле тем, связанных с семантикой [16: 102–116], с фразеологией [32: 41–52], с анализом различных дискурсивных практик [23: 72–82; 21: 53–71], с межкультурной коммуникацией [15: 246–252]. Отдельно также рассматривались и классифицировались этнофолизмы [12: 40–52].

Важным социокультурным свойством этностереотипа является то, что он моделирует оценочное (часто негативное) отношение к другому, чужому, образ которого всегда есть обобщение и упрощение. Это создает особое напряжение, которое может выливаться в межкультурные конфликты. Этностереотипы по сути своей провокативны.

В русле данной проблематики фактически незатронутой оказалась тема: «Образ «другого» в художественной литературе». Художественные тексты, в которых упомянуты этностереотипы и этнофолизмы, могут использоваться и как цитаты, и как повод для создания новых текстов с оценочными характеристиками какого-либо этноса. Они легализуют оценочные суждения об этносе.

Если обратиться к национальному корпусу русского языка, то можно найти примеры из классических и современных произведений, в которых употребляются этностереотипы и этнофолизмы: слова *хохол*, *цыган*, *чукча*, *жид*, *еврей* с уничижительными характеристиками; слова, образованные с помощью суффиксов *-ашк* / *-яшк*, *-шик* и др., содержащие пренебрежительную или уничижительную оценку некоторых этносов (армяне, татары, поляки, немцы и др.).

Пилотное анкетирование школьников старших классов, студентов, аспирантов, молодых специалистов (преподавателей, библиотекарей, журнали-

⁸ О финских автостереотипах см. статью Е. Ю. Протасовой.

стов), которое проводилось летом-осенью 2015 года⁹, показало значительный разброс мнений относительно степени провокативности разных фрагментов художественных текстов. Это означает, что этические нормы в отношении другого, чужого, иного находятся в стадии формирования и пока не выстроились в определенную концептуальную систему.

Образ «другого» в художественных текстах – еще одно важное направление в межкультурной коммуникации. Вопрос о необходимости адекватного комментария для художественных произведений и соответствующих стилистических помет для этностереотипов, включенных в толковые словари, имеет как теоретическое, так и практическое значение. Лингво- и социокультурный комментарий может способствовать общему более сдержанному вербальному поведению в публичном пространстве, позволяя избегать «коммуникативного напряжения», ведущего к коммуникативным неудачам.

Параметрическая модель русской лингвокультуры

Если говорить о современном состоянии межкультурной коммуникации, то наиболее остро ощущается нехватка работ, которые синтезировали бы накопленный опыт. Нельзя сказать, что понимание этого возникло совсем недавно. Идея «собирания камней» отнюдь не нова, особенно в отношении междисциплинарных областей с заведомо широким спектром проблем, подходов и методологий.

Обобщать накопленный опыт позволяют обзорные статьи, а также учебники по межкультурной коммуникации [28; 22; 19; 3 и др.]. Однако очевидно, что этого недостаточно. Необходимы подходы, которые позволили бы отразить современный этап развития межкультурной коммуникации. Одним из них может стать параметрическая модель русской лингвокультуры, описанная в сопоставлении с другими лингвокультурами. Ее создание представляется весьма перспективным направлением межкультурной коммуникации, которое позволяет перейти на новый уровень обобщения в современных кросс-культурных исследованиях. Параметрическая модель русской лингвокультуры могла бы быть выполненной в формате тематического тезауруса. Ее обсуждение – тема ближайшего будущего.

Литература

1. Бартминский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. М., 2005.
2. Белова О.В. Этнокультурные стереотипы в славянской народной традиции. М., 2005.
3. Бергельсон М.Б. Межкультурная коммуникация // Энциклопедия Кругосвет. http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/sociologiya/.

⁹ Подробнее об этом см. [8: 29–36].

4. Березович Е.Л. Этнические стереотипы в разных культурных кодах // Стереотипы в языке, коммуникации и культуре: Сб. статей / Сост. и отв. ред. Л.Л. Федорова. М., 2009.
5. Брагина Н.Г. «Отраженная» семантика отрицательных имен: концептуальное слово *непонимание* // Логический анализ языка. Ассерция и негация / Отв. ред. Н.Д. Арутюнова. М., 2009.
6. Брагина Н.Г. Лексикон межкультурной коммуникации: межкультурный диалог и «человек удивляющийся» // Русский язык в формате 3D: лингвистика, образование, культура / Гл. ред. Г.Р. Гаспарян Ереван, 2013 (а).
7. Брагина Н.Г. Понятие межкультурного диалога и кросс-культурное понимание фразеологизмов // *Frazeološka simfonija. Sodobni pogledi na frazeologijo*. Ljubljana, 2013 (б).
8. Брагина Н.Г. Современный русский литературный язык: границы допустимого // Сб. статей Пятой Всероссийской конференции «Стратификация национального языка в современном российском обществе» (Санкт-Петербург, 28–31 ноября 2015 г.). СПб., 2015.
9. Бутовская М.Л. Язык тела: природа и культура. М., 2004.
10. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов / Пер. с англ. А.Д. Шмелева. М., 2001.
11. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова. М., 1980.
12. Грищенко А.И. Источники возникновения экспрессивных этнонимов (этнофолизмов) в современном русском и английском языках: этимологический, мотивационный и деривационный аспекты // Активные процессы в современной лексике и фразеологии: Материалы международной конференции 8–9 июня 2007 г. Памяти Л.В. Николенко и Ю.П. Солодуба (МПГУ) / Гл. ред. Н.А. Николина. М.; Ярославль, 2007.
13. Зализняк Анна А. Лингвоспецифичные единицы русского языка в свете контрастивного корпусного анализа // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: По материалам ежегодной Международной конференции «Диалог» (Москва, 27–30 мая 2015 г.). Вып. 14 (21). Т. 1. М., 2015.
14. Зализняк Анна А., Левонтина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М., 2005.
15. Кашкин В.Б., Смоленцева Е.М. Этностереотипы и табуированные темы в межкультурной коммуникации // Культурные табу и их влияние на результат коммуникации. Воронеж, 2005.
16. Кобозева И.М. Немец, англичанин, француз и русский: выявление стереотипов национального характера через анализ коннотаций этнонимов // Вестник МГУ. Филология. 1995. № 3.
17. Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика. М., 2002.

18. Кронгауз М.А., Такахаси К. Обращение по имени в русском и японском языках // Труды по культурной антропологии: Памяти Григория Александровича Ткаченко. М., 2002.
19. Куликова Л.В. Межкультурная коммуникация: теоретические и прикладные аспекты. Красноярск, 2004.
20. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М., 2009.
21. Левкиевская Е.Е. Эволюция стереотипа украинца в русском языковом сознании // Стереотипы в языке, коммуникации и культуре: Сб. ст. / Сост. и отв. ред. Л.Л. Федорова. М., 2009.
22. Леонтович О.А. Введение в межкультурную коммуникацию: Учебное пособие. М., 2007.
23. Лескинен М.В. Понятие «нрав народа» и этнические стереотипы в отечественной этнографии второй половины XIX века // Стереотипы в языке, коммуникации и культуре: Сб. ст. / Сост. и отв. ред. Л.Л. Федорова. М., 2009.
24. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: Коммуникативное поведение. 4-е изд. М., 2011.
25. Ратмайр Р. Прагматика извинения. М., 2003.
26. Рис Н. Русские разговоры: культура и речевая повседневность эпохи перестройки / Нэнси Рис; Пер. с англ. Н.Н. Кулаковой и В.Б. Гулиды. М., 2005.
27. Ройтер Т. Суеверные представления о судьбе: русские приметы в сознании современного городского жителя // Понятие судьбы в контексте разных культур / Науч. совет по истории мировой культуры; Ред. Н.Д. Арутюнова; сост. Т.Б. Князевская. М., 1994.
28. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000.
29. Шмелев А.Д. Русские лингвоспецифичные лексические единицы в параллельных корпусах: возможности исследования и «подводные камни» // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: По материалам ежегодной Международной конференции «Диалог» (Москва, 27–30 мая 2015 г.). Вып. 14 (21). Т. 1. М., 2015.
30. Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д. Русский анекдот: текст и речевой жанр. М., 2002.
31. Athanasopoulos P., Bylund E. et al. Two Languages, Two Minds Flexible Cognitive Processing Driven by Language of Operation Psychological Science. 2015. 26(4).
32. Eismann W. Русские фразеологизмы в иноязычном тексте. Выражение и описание обычаев при формировании стереотипа о «русских» в описаниях немецких путешественников XVI–XVIII вв. // Фразеология в контексте культуры. М., 1999.

- 58 | 33. Ellis C., Kuipers J.R., et al. Language and culture modulate online semantic processing (<http://scan.oxfordjournals.org/content/10/10/1392.full>).
34. Hall, E.T. *Beyond Culture*. New York, 1976.
35. Hirsch, E. D., Jr. *Cultural Literacy: What Every American Needs to Know*. Boston, 1987.
36. Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations*. Thousand Oaks, CA: Sage 2001.
37. Kluckhohn, F., Strodtbeck F. *Variations in value orientations*. New York, 1960.
38. Schwartz, Shalom H. «An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values». *Online Readings in Psychology and Culture* 2 (1). 2012. doi:10.9707/2307-0919.1116.
39. Sloane S., Baillargeon R., Premack D. Do Infants Have a Sense of Fairness? *Psychological Science* February 2012. vol. 23 no. 2.
40. Waxman, S.R., Fu, X., et al. How early is infants' attention to objects and actions shaped by culture? New evidence from 24-month-olds raised in the US and China. *Frontiers in Psychology: Cultural Psychology*. 2016. doi: 10.3389/fpsyg.2016.00097.

Лингвокультурология в процессе обучения русскому языку как средству межкультурной коммуникации

Не ошибемся, если скажем, что словосочетание «язык и культура» относительно давно является, пожалуй, одним из наиболее устойчивых сочетаний типа «язык и ... – «язык и речь», «язык и мышление», «язык и общество» и т. д. и т. п., что связано не только с интересом к проблемам межкультурной коммуникации в различных ее проявлениях и диалогу культур, представляющих особую значимость в условиях глобализации, но и, что особенно важно для нас, – с необходимостью подготовки соответствующих специалистов.

Как известно, существуют разные «картины мира», напрямую зависящие от особенности жизнедеятельности соответствующих народов, «картины», неразрывно связанные с их языком, традициями и обычаями, системой ценностей и т. п. При этом многие слова языка имеют право считаться, по меткому определению выдающегося отечественного языковеда, академика Виктора Владимировича Виноградова (1894–1969), «вещью культурно-исторической», являясь одновременно своеобразными «призмами», через которые постигается окружающая действительность.

Исследования в области соотношения языка и культуры имеют давнюю историю и связаны с именами в первую очередь таких зарубежных и отечественных ученых, как Вильгельм фон Гумбольдт, Йост Трир, Лео Вейсгербер, Эдвард Сепир и Бенджамин Уорф, Александр Афанасьевич Потебня. Эти и другие ученые, преимущественно лингвисты, в разное время пытались ответить на вопрос, как именно связаны между собой язык и культура, каким образом язык воздействует на культуру и какие формы принимает влияние культуры на выразительные и содержательные возможности языка.

Примечательно, что в науке представлены по крайней мере три основные точки зрения на проблему взаимодействия языка и культуры в интересующем нас аспекте. В чем же они заключаются?

Первая связана с именами В. фон Гумбольдта и его последователей и сводится к тому, что в диаде «язык и культура» не культура, а язык является определяющим, движущим началом, что именно язык обуславливает формы, которые принимает культура, что в конечном итоге мышление человека некоторой лингвокультурной общности зависит от языка и только от него (более того: мышление совпадает с содержательным аспектом языка). По мысли В. фон

Гумбольдта, «в каждом языке оказывается заложенным свое мировоззрение... Каждый язык описывает вокруг народа, которому он принадлежит, круг, из пределов которого можно выйти только в том случае, если вступить в другой круг, язык народа есть его дух, и дух народа есть его язык» [Гумбольдт 2005].

Попутно отметим, что в современной отечественной науке основополагающим является понимание того, что язык – это продукт культуры, ее важнейшая составная часть, а не наоборот.

С рассматриваемой точки зрения, каждый язык и, следовательно, каждая национальная культура абсолютно своеобразны, они не имеют между собой никаких точек соприкосновения. Так что, например, при изучении нового (иностранный) языка человек должен совершенно отрешиться от опоры на родной язык и соответственно полностью забыть культуру, в которой прошла социализация – мысль, с точки зрения сегодняшнего дня, выглядящая, мягко говоря, абсурдно.

Крупнейший представитель данной точки зрения, выдающийся немецкий языковед Вильгельм фон Гумбольдт (1767–1835) в своей основной работе «О различии строения человеческих языков и его влиянии на развитие человеческого рода» рассматривал разные языки – как живые, так и мертвые – как неповторимые культурные и духовные единства, специфика которых выражается и определяется главным образом языком, тем самым подчеркивая (что является краеугольным и для современных исследований) неразрывную связь языка и культуры.

Подчеркивая творческую природу языка как формы выражения национального духа, Гумбольдт исследовал его в тесной связи с культурным бытием народов. Язык, по Гумбольдту, не только инструмент, но и сама деятельность «духа». В его структуре уже заложены свойственные тому или иному народу восприятие окружающего мира и стереотипы поведения. Например, известное отсутствие в английском языке обращения «ты»; замена в японском языке местоимений «я» и «вы» уничижительными или льстивыми прилагательными «ничтожный» и «почтенный»; обилие в немецком языке сложных многосоставных слов; наличие в любом языке сугубо национальных и непереводаемых выражений («Если пир, так пир – горой»), а также слов-концептов типа русских «авось» и «воля» в смысле «свобода». Эти и другие чисто лингвистические факты ярко свидетельствуют о наличии у каждого народа неповторимого духовного мира, а проще – «души».

Гумбольдта по праву можно считать основоположником не только лингвокультурологии, но и философии языка как самостоятельной дисциплины, оказавшей огромное влияние на всю историю изучения связи между языком и культурой.

Среди продолжателей идей В. фон Гумбольдта в русле направления, получившего название «неогумбольдтианство», следует назвать имена

Й. Трира, Л. Вейсгербер, Э. Сепира, Б. Уорфа. Особое место принадлежит русско-украинскому языковеду А. А. Потебне, не относящемуся напрямую к неогумбольдтианству, но считающемуся одним из интерпретаторов учения великого предшественника. Переходим к рассмотрению данного направления.

Итак, *неогумбольдтианство* – это совокупность лингвофилософских воззрений, сложившихся в середине XX века и восходящих к идеям В. фон Гумбольдта. Принято выделять два направления: сформировавшееся в 1920–1940-е гг. в Германии «европейское» и «американское», возникшее примерно в то же время и иногда отождествляемое с этнолингвистикой. Основоположниками европейского неогумбольдтианства принято считать Й. Трира и Л. Вейсгербер, американская версия неогумбольдтианства связывается в первую очередь с именами таких «метров», как Э. Сепир и Б. Уорф. Эти два достаточно сильно отличающиеся друг от друга направления возникли и развивались совершенно независимо, без непосредственных научных контактов и обмена идеями.

Базовым принципом «неогумбольдтианского взгляда» на сущность языка является постулат о неповторимом своеобразии концептуальных систем, лежащих в основе конкретных языков. Суть этого принципа можно свести к трем тезисам, а именно:

1. Каждый язык уникален, причем не только и не столько со структурной точки зрения, сколько с точки зрения зафиксированной в нем картины мира. Здесь обнаруживаются наиболее существенные расхождения между американским и европейским подходами, поскольку содержательно ориентированное изучение языка предполагает уникальность модели мира, зафиксированной в каждом конкретном языке, в то время как этнолингвистика допускает существование некоторых обобщающих «понятийных стандартов» – во всяком случае, признается «европейский (понятийный) стандарт» – «StandartAverageEuropean», целиком противопоставляемый «экзотическим» языкам (прежде всего индейским).

2. Способ мышления говорящего на этом языке определяется данным языком. Вейсберг говорил в связи с этим «о стиле присвоения действительности посредством языка».

3. Следовательно, способ мышления каждого народа уникален.

Одним из основоположников неогумбольдтианства, как отмечалось выше, является немецкий лингвист Йост Трир (1844–1976) – основатель теории семантических полей и методов исследования их специфики, но особого внимания заслуживает личность и идеи другого немецкого ученого – Лео Вейсгербера (1899–1986).

Как и Трир, он считается основоположником структурной семантики, главной идеей концепции которой является то, что значение отдельной лексической единицы может быть рассмотрено только через обращение к другим

лексическим единицам, входящим с ней в одно поле значений (семантическое поле). Так, например, объем и содержание значений слов «утро», «вечер», «ночь», входящих в поле обозначения частей суток, зависят от того места, которое каждое из них занимает в этом поле. В немецком языке сутки членятся иначе: «Morgen» – «утро», «Vormittag» – «предполуденное время»; «Nachmittag» – «послеполуденное утро»; «Abend» – «вечер», «Nacht» – «ночь». Отсюда следует, что, например, немецкое слово «Morgen» не является полным эквивалентом русского слова «утро». Во многих ситуациях, в которых в русском языке было бы употреблено слово «утро», носители немецкого языка употребили бы слово «Vormittag». Иначе говоря, для того, чтобы определить, когда начинается и кончается утро и вечер, нужно знать, какие отрезки суток концептуализированы и означены как самостоятельные сущности, то есть, проще говоря, иметь информацию обо всем семантическом поле.

Если Гумбольдт писал о влиянии языка на мышление, о тождестве языка и мировоззрения с преобладающей ролью все же последнего, то у Л. Вейсгербера язык предстает единственным фактором развития мышления.

Признавая особые «понятия немецкого языка», понятия французского языка», он видел смысл также и в том, чтобы говорить о немецком или французском языках не как об экземплярах существующих языков, но лишь как о родных языках немцев и французов. Сравнительное изучение языков означает сопоставительный анализ культур народов, говорящих на них. Язык, по Вейсгерберу, – это «промежуточный мир», особая форма существования «силы», являющейся своеобразным «посредником» между внешним миром и сознанием. Отсюда в прямую зависимость от языка ставится не только «тип мышления», но и само познание окружающего мира говорящими на данном языке людьми.

В работе под названием «О силах немецкого языка», посвященной данному вопросу, Вейсгербер рисует язык, обслуживающий все области жизни не как средство общения, а как «формирующая сила», неким определяющим началом всей материальной и духовной культуры нации, ее истории, а также поведения людей. Нравы и обычаи немецкого народа, его суеверия, фольклор, по мнению ученого, обусловлены именно немецким языком, а не наоборот. При этом влияние языка на культуру, как и на историю, мышление и мировоззрение говорящего на нем народа, является следствием «человеческого закона языка», проявляющегося якобы в трех его формах: законе обусловленного языком существования, законе языковой общности законе родного языка.

Смысл первого закона заключается в том, что язык представляет собой характерный признак человека, который отличает его от животного, а многообразие языков находится вне истории наряду с самим даром речи. Второй закон определяет устойчивость национальной государственности, а согласно третьему (являющемуся самым спорным с позиции российской науки), язык господст-

вует над обществом и личностью и через воспитание определяет способность мыслить и действовать в соответствии с национальной принадлежностью.

На примере взглядов Л. Вейсгербера отчетливо видно, как последователи-неогумбольдтинцы во многом по-своему подошли к идеям своего великого учителя, осторожно писавшего о том, что «мышление зависит не только от языка вообще, но до известной степени и каждого отдельного языка», выдвигая мысль о переплетении национальных особенностей мышления с наднациональными общечеловеческими, не зависящими от конкретного языка.

Говоря об американской версии неогумбольдтианства, представленной, как отмечалось выше, именами Э. Сепира (1884–1939) и Б. Уорфа (1897–1941), следует подчеркнуть, что она опиралась на следующий тезис: «Люди живут не только в объективном мире вещей и не только в мире общественной деятельности, как это обычно полагают; они в значительной мере находятся под влиянием того конкретного языка, который является средством общения для данного общества. Было бы ошибочным полагать, что мы можем полностью осознать действительность, не прибегая к помощи языка, или что язык является побочным средством разрешения некоторых частных проблем общения и мышления. На самом же деле «реальный мир» в значительной степени бессознательно строится на основе языковых норм данной группы... главным образом благодаря тому, что языковые нормы нашего общества предполагают данную форму выражения» [Мамонтов А.С и др. 2016, с. 320]. Зависимость поведения от языка ярче всего, по мнению американских ученых, отражает следующий пример. У нефтяного склада люди ведут себя осторожно, но теряют осторожность, если видят надпись «склад пустых бензиновых цистерн», хотя здесь опасность особенно велика: дело тут в языковой ориентации на слово «пустой» («empty») – в расчет не принимается наличие паров, капель жидкости или любых других остатков взрывоопасного вещества в хранилище благодаря своеобразной «тирании» слова «пустой» – «empty».

Согласно выдвинутой Сепиром и Уорфом гипотезе лингвистической отнесенности, разработанной в 30-е гг. прошлого века и вызвавшей бурную идеологическую дискуссию в СССР в 60-е гг. ввиду ее «идеалистической», как тогда считалось, сущности, мышление, мировоззрение, поведение людей зависят от принятых норм словоупотребления, от природы и характера языка, на котором выражают свои чувства, а язык является единственным средством упорядочения потока ощущений, отчего самое восприятие мира обусловлено его структурой. По мнению американских неогумбольдтианцев-этнолингвистов, и языки, в свою очередь, различаются не только тем, как они строят предложения, но и тем, как они делят окружающий мир на элементы, являющиеся материалом для построения предложений.

В России приверженцем гумбольдтовских идей зарекомендовал себя выдающийся украинско-русский языковед А. А. Потебня (1935–1891). В таких

основополагающих трудах, как «Мысль и язык», «Из записок по русской грамматике», он исходил так же, как и Гумбольдт, из того, что язык – это духовная сила, а значение слова – выраженное в языке мыслительное содержание. А. А. Потебня развивал идею о «ближайшем» и «дальнейшем» значении слова, понимая под первым «действительное содержание мысли во время произнесения слова», а под вторым – то многообразное представление, которое имеет человек о предмете, обозначаемом, например, словом «дерево», дальнейшее значение которого связано с рядом понятий уже из области ботаники.

Касаясь внутренней формы, А.А. Потебня под ней подразумевал образ, так как, по его мнению, слово создается в результате творчества человека, а образ служит основой наименования предмета или явления. При этом он отождествлял внутреннюю форму с этимологическим значением (например, «подоконник» – место, находящееся под окном, слово «смородина» связано с выражением «издавать сильный запах, смород» и т. д. и т. п.). Подчеркнем, что о связи с национальной культурой эти и подобные примеры говорят хотя бы тем, что, например, для вьетнамской культуры оба эти слова – понятия являются безэквивалентными, поскольку данной культуре не свойственны.

Вторая точка зрения является противоположностью первой. Она утверждает, что мышление всех людей и по формальному, и по содержательному признаку совершенно идентично, так что языки по сути выполняют функции кодов. В соответствии с этим язык декларируется оторванным от культуры. Поскольку мышление и по формально-динамическим, и по содержательным признакам у всех народов одно и то же, за исключением тех немногих случаев, когда в родном языке действительно отсутствуют понятия культуры иноязычного народа, то учить надо именно словоупотреблению. В соответствии с этим язык признается независимым от культуры: в частности, язык А (родной язык обучаемого) может обслуживать культуру Б (изучаемую) без каких-либо непреодолимых или даже заслуживающих упоминания затруднений. Это, собственно, и имеет место, когда на изучаемом языке общаются представители одной культуры и когда язык не выступает как средство именно межкультурной коммуникации. Данная точка зрения в целом не снискала себе значительного числа именитых сторонников за исключением ряда отечественных и зарубежных специалистов в области обучения иностранным языкам [Артемов 1969], взгляды которых сегодня корректируются в том числе богатым накопленным опытом преподавания живых языков представителям как контактных, так и дискантных языков и культур.

И, наконец, третья точка зрения представляет собой синтез первых двух: не отрицая полностью идей В. фон Гумбольдта и неогумбольдтианства, она отказывается от взгляда на язык и на культуру как на абсолютно замкнутые, самодовлеющие, закрытые сущности.

По мнению представителей данной точки зрения, которой придерживается и автор этих строк, культуры А и Б обладают, с одной стороны, некоторыми общими культурными элементами (аб); с другой стороны, в каждой из этих культур имеются и частные, своеобразные «частности» и это зависит от характеристик сопоставляемых культур – так по линии контактности – дистантности, как показывают исследования культур, например, европейского ареала и русской культуры, в них существует значительно больше общих черт, чем в культурах, например, России и региона Юго-Восточной Азии.

Одновременно в языке А, обслуживающего культуру А, всегда найдутся выразительные средства для культурных элементов, общих с культурой Б, так как в языке Б имеются средства, совпадающие своей содержательной стороной со средствами выражения языка А., но ввиду того, что существует немало элементов в культуре Б, незнакомых носителю культуры А, остается достаточно много единиц в языке Б, которые не имеют содержательного соответствия в родном для обучаемого языке А, и здесь необходима работа по формированию понятий о новых предметах и явлениях, не находящих аналогии ни в культуре А, ни в языке А.

И в области несовпадения культур и языков, в первую очередь в связи с особенно востребованными в то время задачами преподавания русского языка как иностранного как одной из форм межкультурной коммуникации, в конце 60-х – начале 70-х гг. прошлого века, когда был накоплен значительный опыт, возникло направление, получившее название *лингвострановедение* и сыгравшее огромную роль как в преподавании, так и в научном исследовании связи, существующей между языком и культурой.

«Отцами-создателями» данного филологического и одновременно лингводидактического направления, ставившего своей целью исследовать и обеспечить возможность обучения культуре страны изучаемого языка непосредственно через язык и на его уроках любого иностранного учащегося, явились известные отечественные ученые Евгений Михайлович Верещагин и Виталий Григорьевич Костомаров. Свою научную позицию они сформулировали в трижды переизданной программной работе «Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного»: «Известно, что язык, будучи одним из основных признаков нации, выражает культуру народа, который на нем говорит, то есть национальную культуру... Изучающие иностранный язык обычно стремятся в первую очередь овладеть еще одним способом участия в коммуникации. Однако когда усвоение языка достигает полноты, человек одновременно получает огромное духовное богатство, хранимое языком, проникает в новую национальную культуру» [Верещагин, Костомаров 1990: 5].

Дабы избежать путаницы в терминах, необходимо разобраться в том, как соотносятся между собой лингвострановедение и лингвокультурология, вошедшая в название настоящего раздела.

Касаясь последней, необходимо помнить, что данный термин используется в настоящее время в двух значениях – «широком» и «узком». Согласно первому, лингвокультурологией следует считать всю область изучения связи, существующей между языком и культурой как в прикладном, так и в теоретическом аспекте, куда помимо традиционного лингвострановедения относят логоэпистемиологию (В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова), концептологию (Ю. Е. Прохоров) и др., о которых речь пойдет ниже. Что же касается второго, то данным термином принято называть дисциплину лингвофилософского плана, ориентированную преимущественно на изучение влияния культуры (в первую очередь духовной), на язык и ее в нем отражения. Лингвокультурология в узком смысле соответственно является составной частью лингвокультурологии в широком. Подчеркнем, что в дальнейшем мы будем иметь в виду именно последнюю.

Мы подошли к тому моменту, когда пришло время разобраться в значении слова «культура». Не погрешим против истины, утверждая, что сегодня бесспорной представляется мысль о том, что *культура* – синоним разнообразия, которое невозможно без сохранения неповторимости вещей и идей, племен и социальных групп приходящих и уходящих этносов и народов. Дать устраивающее всех определение культуры весьма затруднительно, учитывая то, что многоликость и созидающий потенциал культуры соизмерим с многообразием и жизненной силой Божественной матери-природы.

Будучи гармоничным единством истины, добра и красоты, «второй вселенной», созданным усилиями человеческой воли и разума, данный феномен благодаря своей «неисчерпаемости» насчитывает около 500 определений, ставящих перед собой важнейший вопрос: что же на самом деле представляет собой культура? Можно, к примеру, говорить о культуре как синониме образованности и воспитанности (он – культурный и, соответственно, некультурный человек), о культуре быта, семейных отношениях, зерновых культурах и т. д. и т. п.

Тот, кто занимается проблемами лингвокультурологии, как правило, придерживается формулировки, предлагаемой в трудах по философии: «Культура – это специфический способ организации и развития человеческой жизнедеятельности, представленный в продуктах материального и духовного мира, в системе социальных норм и учреждений, в духовных ценностях, в совокупности отношений людей к природе, между собой и к самим себе» [Мамонтов 2000: 75].

Познакомив с этой формулировкой, заметим, что культуры «*вообще*» не бывает, в повседневной действительности она всегда конкретна и имеет определенную *национальную* принадлежность. Иными словами, на практике преподаватель РКИ или другого иностранного языка как средства коммуникации имеет дело как минимум с двумя языками и культурами – родной и изучаемой, чаще используя термин «национальная культура».

Носители и источники лингвокультурологической информации

Говоря об объекте лингвокультурологических интересов, необходимо отметить, что они связаны прежде всего с номинативными единицами языка: 1) словами и словосочетаниями, 2) фразеологизмами, 3) афоризмами, а также 4) невербальными средствами коммуникации, 5) речевым этикетом и 6) проблемами текста. Попытаемся разобраться в данном вопросе.

1. Е. М. Верецагин и В. Г. Костомаров в свое время ввели в научно-методический обиход семь групп «лексики с культурным компонентом», то есть той лексики, в содержании которой отражаются особенности национальной культуры:

а) советизмы – слова, относящиеся к советской действительности и выражающие понятия, появившиеся в общественной жизни после событий 1917 года – «колхоз», «сельский клуб», «передовик» и др.;

б) слова «нового быта», тесно примыкающие к советизмам – «зона отдыха», «стенгазета», «субботник» и др.;

в) наименования предметов и явлений традиционного быта – «холодец», «квас», «хоровод» и др.;

г) так называемые историзмы, то есть слова, обозначающие предметы и явления предшествующих исторических периодов – «барщина», «купчая крепость», «вече» и др. Любопытно, что слова под влиянием социально-экономических преобразований могут переходить из одной группы в другую: так слова- советизмы «райсовет», «сельсовет», «передовик» и т.п. стали историзмами, а такие историзмы, как «дума», «губернатор», «биржа труда» и т.п., пополнили группу слов рутинного употребления;

д) лексика фразеологических единиц объединяет в своих рядах отмеченные национально-культурной спецификой слова, встречающиеся в структуре данного вида устойчивых словосочетаний – «узнать всю подноготную», «как Мамай прошел», «бить челом» и др.;

е) слова из фольклора, связанные для русского с эмоциональной оценкой – «Кошей бессмертный», «кудесник», «красна девица» и др.;

ж) слова нерусского происхождения, заимствованные из языков народов, когда-то входивших в состав СССР, и языков народов сегодняшней Российской Федерации – «тайга», «пельмени», «харчо» и др.

Забегая вперед, отметим, что все представленные выше слова относятся к «безэквивалентной и фоновой» лексике.

Сформировать у учащихся-иностранцев знания о тех предметах и явлениях, что стоят за русским словом, – это одна из важнейших задач, стоящих перед преподавателем, обучающим языку как средству коммуникации. Для специалистов в данной области большинство слов являются не просто фактами языка – фонетическими, грамматическими, лексическими – с изменяющимися окончаниями и т.п., а своеобразными «гидами», знакомящими

преподавателя иной лингвокультурной общности со всей многоцветной палитрой объективной действительности. Одновременно они представляют собой нечто наподобие зеркала, в котором соответствующие слова других языков могут увидеть себя несколько в ином виде.

К примеру, про нашу русскую дачу всем все, естественно, хорошо известно – расскажем о ее кувейтском аналоге (Кувейт – небольшое арабское государство, богатое нефтью. – А. М.), описанном в свое время корреспондентом газеты «Комсомольская правда»: «Оказалось, 76-летний молодцеватый пенсионер Ахмад приезжает в пустыню на выходные как на дачу... Любит Ахмад взять с собой внуков, старого приятеля и закатиться в пески дня на два, наслаждаясь в знакомой с детства палатке ароматом верблюжьего навоза. А какой кайф босиком походить по раскаленному песку, грея закаленные ступни... Есть еще верблюжье молоко – нектар пустыни...» И если вы, разговаривая со знакомым кувейтцем на русском языке, упомянете, что недавно «были на даче», велика вероятность того, что он мысленно представит свою, кувейтскую дачу, с привычной атрибутикой, и в дальнейшем разговор о прохладе бревенчатого дома, аромате свежескошенной травы и т.п. будет ему непонятен. Притом что с чисто языковой точки зрения не возникает никаких трудностей. Однако найденное до этого в любом толковом словаре русского языка определение «дача – загородный дом обычно для летнего отдыха», поможет кувейтцу лишь говорить, но не общаться (!) на русском языке, поскольку это, напомним, не одно и то же.

«Производственное собрание», «парк культуры и отдыха», «окрошка», «бурлак», «бить в набат», «баба-яга», «шашлык» – в этих и подобного рода словах, если внимательно вдуматься в их значение, можно заметить одно общее свойство: все они в той или иной степени связаны с особенностями привычной нам жизнедеятельности, существующей в разных конкретных проявлениях. Ведь действительно слово «окрошка» – это не просто звукобуквенный комплекс, женского рода и т.п., определенным образом изменяющийся по падежам (как для любого нашего соотечественника, изучающего русский язык как родной), а наименование традиционного русского супа на квасной основе, практически неизвестного в других странах; словосочетание «парк культуры и отдыха» обозначает реалию, также весьма неожиданную для подавляющего числа иностранцев, ибо в их лингвокультурах известны феномены «парк» и «луна-парк», существующие отдельно друг от друга и не дающие, к примеру, возможности послушать на фоне плавающих по глади пруда лебедей лекцию о безграничности вселенной и т.д. и т.п. Можно, исходя из сказанного, спрогнозировать трудность понимания и такой, на непрофессиональный взгляд, банальной русской фразы: «Что-то сегодня, как бурлак, устал...».

Развивая данную мысль, подчеркнем, что, согласно понятной в лингвокультурологии классификации, все слова, отмеченные национально-

культурной окрашенностью, делятся на: безэквивалентную лексику (БЭЛ), частично безэквивалентную лексику (ЧБЭЛ), коннотативную лексику (КЛ) и фоновую лексику (ФЛ).

БЭЛ в русском языке представлена такими словами, как «самовар», «балалайка», «лапти», «валенки», «матрешка» и др. Подобная лексика, как известно, не имеет смысловых соответствий в системе содержаний, свойственных другому языку, их существование в конечном счете объясняется *расхождением культур*.

ЧБЭЛ сигнализирует о национальном объеме понятия в ситуации формальной лексической эквивалентности, что связано с частичным несовпадением понятий. Это примеры типа: «ходить – ездить», англ. «to go», «рука – англ. «hand, arm» и т.п. Приведем любопытный, на наш взгляд, пример письменной коммуникации на материале поэмы Н. В. Гоголя «Мертвые души» с участием носителей языка хауса (язык народа, живущего в Нигерии, Нигере, Камеруне, Чаде, Гане и др. странах Африки. – *А. М.*), где не существует обозначений для различных видов мебели, предназначенных для индивидуального сидения. И существительное «*kujeга*» в русско-хауса словаре дано как единственный эквивалент русских слов «стул», «табуретка», «кресло». И это сказывается при чтении произведения великого русского писателя, так как читателю-хаусканцу непонятно значение следующего известного диалога между Чичиковым и Маниловым: «Позвольте вам этого не позволить, – сказал Манилов с улыбкою. – Это кресло у меня ассигновано для гостя».

И хотя, во-первых, точно установлены основные признаки понятий, выраженных русскими словами «стул», «кресло» и «табурет(ка)», и что, во-вторых, эти русские слова имеют в русско-хауса словаре не только эквивалент «*kujeга*», но и снабжены необходимыми разъяснениями, этого, как показывает практика, недостаточно для полного понимания текста. Почему? А из этих определений не следует, что кресло – самый удобный и самый дорогой из этих трех видов мебели, тогда как табурет – самый неудобный и самый дешевый. Кто-то, возможно, попытается возразить, сказав, что об этом можно догадаться из определения. Да, но только при условии, если представление о том, что сидеть в кресле с подлокотниками и мягкой спинкой удобнее, чем на стуле – представление общечеловеческое, иными словами, при условии существования некоего общечеловеческого представления о комфорте. Если вспомнить пример с кувейтской дачей и желанием походить босыми ступнями по раскаленному песку, комментарии будут излишними. А что до стульев и кресел, то наш собственный многолетний опыт общения с представителями многих культур и языков подсказывает, что люди, незнакомые с ними (равно как и с табуретами) или не знающие их в нашем понимании, по-другому расценивают их качества.

Говоря о КЛ, необходимо отметить, что речь идет о «культурной коннотации» (ср. традиционное ее понимание), понимаемой как «социальная,

эмоциональная и эмоционально-образная значимость языкового знака для той или иной лингвокультурной общности». Одновременно культурная коннотация рассматривается как: а) ассоциативный потенциал, факт мышления, связанный преимущественно с экстралингвистическими факторами (береза – символ России, символ Родины для русских, равно как и слово «медведь»); б) фигурирующие в качестве внутренней формы слова ассоциации, служащие основанием для экспрессивной окраски – эмоциональной, оценочной и стилистической (так волк для русских ассоциируется со злобой и жестокостью, а для чеченцев с благородством).

Многочисленные примеры коннотаций связаны с такой разновидностью словарного состава языка, как зоонимы (названия животных и птиц). Наблюдение в сопоставительном плане над русским и другими языками и культурами показывает, что экстралингвистическая база зоонимов довольно разнообразна: причины неадекватных коннотаций следует искать в системе ценностей, обычаев, традиций конкретной лингвокультурной общности. Так в отличие от России в странах арабского Востока, Афганистане, Иране, а также в Монголии и ряде других стран с преданностью и верностью ассоциируются в первую очередь отнюдь не собака, а лошадь (лошадь – друг человека). Аналогичную символику имеет, например, зооним «слон» для жителей Таиланда, Лаоса и некоторых других стран. Если слово «корова» в целом имеет негативную окраску для представителей русской лингвокультурной общности (ср. выражение «как корова на льду», символизирующее неловкость), то для жителей Индии оно ассоциируется с красотой и грациозностью (красива, как корова). Ведь, как известно, это животное является для индуса священным, и поклонение ему входит в ритуальное поведение данной общности. Легко можно представить себе реакцию индуса – партнера по коммуникации, если это слово будет употреблено со свойственной ему в русском языке коннотацией. Причину расхождения коннотаций слово «собака» в русском и арабском языках также следует искать в особенностях культурного опыта соответствующих народов, где для одного собака зачастую не просто друг, а своеобразный член семьи, а для другого – грязное животное, проклятое Аллахом и недостойное даже прикосновения.

И, наконец, ФЛ, связанная с расхождением в «лексическом фоне», где особая роль принадлежит «фоновым семантическим долям» (в принятой в языкознании терминологии – семантические признаки, семы), формирующим лексический фон. Под лексическим фоном в лингвокультурологии принято понимать те взятые вместе непонятнейшие (второстепенные) семантические доли, которые, хотя и входят в план содержания слова, не формируют непосредственно соответствующее понятие, находясь как бы на «пересечении» языка и культуры. Слова, отличающиеся лексическими фонами от слов других языков, называются *фоновыми*. А вообще данное понятие восходит к так на-

зываемым *фоновым* знаниям (калька с английского «background knowledge» – обоюдное знание реалий говорящим и слушающим, являющееся основой языкового общения. – А. М.), понятию, пришедшему в лингвокультурологию из социолингвистики и ставшему одним из центральных.

Расхожая фраза русского языка: «Автобус был настолько переполнен, что мужчины и женщины буквально ехали на головах друг друга» – вряд ли будет адекватно воспринята изучающими русский язык носителем языка дари, фарси или пушту без специального лингвокультурологического комментария. Лексические фоны русского «автобус» и его эквивалента в вышеназванных языках характеризуются рядом особенностей: «мусульманский» автобус имеет разный вход и выход для мужчин и женщин, а во время поездки они находятся в разных частях автобуса, чему служит и специальная перегородка между «мужской» и «женской» половинами. Лексические фоны русского слова «друг» и английского «friend» также не совпадают, ибо понятие «друг» имеет в Англии трактовку, близкую тому, что у русских понимается под словом «знакомый»: англичан, как правило, сближает круг интересов, личная же жизнь остается за пределами данного круга.

2. Как совершенно справедливо считается в лингвокультурологии, обучая языку как средству межкультурной коммуникации на фразеологическом уровне, следует не переводить, а *воспроизводить* понятия и образность фразеологизмов, знакомя учащихся с теми фрагментами культуры носителей языка, которые в них отражены. А их очень и очень много: фразеологизмы, рассказывающие об охоте и рыбной ловле – «вывести на чистую воду», «гоняться за двумя зайцами»; о типичной русской флоре – «с бора да с сосенки», «елки-палки»; фауне – «как баран на новые ворота», «медвежий угол»; фразеологизмы, отражающие особенности традиционного русского быта, обычаев и традиций русских: «вбивать клин», «пристал как банный лист», «стенка на стенку» и т. д. и т. п. Имеющиеся в других языках и культурах их смысловые эквиваленты нередко имеют собственную национально-культурную окраску, являющуюся следствием особенностей жизнедеятельности того или иного народа и закрепившуюся во фразеологическом фонде.

3. Говоря об *афоризмах*, следует прежде всего подчеркнуть, что к ним с точки зрения лингвокультурологии традиционно принято относить поговорки и крылатые слова; призывы, девизы, лозунги; общественно-научные формулы и естественно-научные формулировки. Нельзя не согласиться с теми исследователями, которые считают афоризмы *знаками* определенных ситуаций, отношений между вещами и свойствами вещей, имеющими свою национально-культурную специфику – так, например, для носителя русского языка и культуры нетипичной является типично британская ситуация, когда гостей приглашают на так называемую garden party – прием в саду загородного дома, обычно днем.

Отметим, что афористика, в том числе и с точки зрения ее национально общепринятой «тематической» классификации, с такими, в частности, привычными параметрами, как «активность, инициатива», «дом, родина», «честь» и др. Одновременно, учитывая то, что она не отражает взаимодействие человека с окружающей его действительностью, предполагается рассматривать ее в рамках так называемой «антропоцентрической» классификации [Мамонтов 2002], где стержнем является человек как центр и высшая цель мироздания, например; 1. Человек и его ощущение окружающей природной среды. 2. Человек и его отношение к пище, которую он потребляет. 3. Человек и его отношение к своему быту. 4. Человек и понимание им жизненных ценностей. 5. Человек и его отношение к своему времяпрепровождению. 6. Человек и ощущение им климатических условий, в которых он обитает. 7. Человек в контексте своей истории. 8. Человек и его отношение к окружающему растительному миру. 9. Человек и его отношение к окружающему животному миру. 10. Человек и установленная им денежная система.

Можно предвидеть вопрос о том, что набор предлагаемых выше параметров классификации далеко не исчерпывает все многообразие взаимоотношений «*homo sapiens*» и окружающей действительности. Естественно, он будет определяться степенью контактности-дистантности культур, участвующих в диалоге, и варьироваться в большую или меньшую сторону. А пока предлагаем остановиться на ряде примеров британско-русских сопоставлений.

Например, по 1-му параметру – соответствующая группа пословиц и поговорок связана с местоположением Великобритании – островного государства, омываемого, как известно, Северным и Ирландским морями и Атлантическим океаном и, естественно, зависимость от капризов этих водных стихий не могла не отразиться в их содержании. Оно знакомит нас с тяжелой и опасной работой тружеников моря, советует, как поступить в той или иной ситуации, на что обратить особое внимание перед выходом в плавание и т. д. и т. п. Это поговорки: «*Any port in storm*» – «В шторм необходим порт» (ср. русское «В беде любой выход хорош»); «*As the days grew longer, the storms are stronger*» – «Чем длиннее дни, тем сильнее штормы» (ср. русское «Чем дальше в лес, тем больше дров») и др.; пословицы: «*While it is fine weather, mend your sail*» – «Пока хорошая погода, чини свой парус» – русск. «Готовь сани летом, а телегу зимой». Допустимо предположить, что в период создания большинства пословиц и поговорок Россия не являлась страной, где море играло значительную роль. Очевидно, это и отразилось в русских афоризмах, где преобладает «сухопутная», а не «морская» тематика – «Счастье с несчастьем на одних санях ездит» (англ. «*Every flow has its ebb*» – «У каждого прилива есть отлив»; «Свет клином не сошелся» (англ. «*There are as good fish in the sea as ever came out of it*» – «В море остается столько же хорошей рыбы, сколько ушло из него»).

4. Возможно, будет небезынтересно узнать, что в лингвокультурологии такому *невербальному средству коммуникации*, как повседневное (рутинное) поведение, придается статус языка – языка повседневного поведения. И если проанализировать особенности поведения русских и представителей других языков и культур в таких сферах как «Распорядок дня», «За столом», «Предрассудки и приметы», «Подарки», «Цветы» и т.п., то мы сможем констатировать наличие значительного числа расхождений, которые, в свою очередь, являются основой для формирования и существования таких известных и не отвергаемых национальных (хотя порой спорных) стереотипов, как «Американцы деловиты», «Немцы пунктуальны», «Французы остроумны и галантны» и т.д. и т.п. К невербальным средствам коммуникации относится также язык жестов, мимики, поз и т.п. И стоит задуматься над тем, что говорящий, например, по-русски иностранец, как правило, жестикулирует на своем родном жестовом языке, а преподаватель зачастую не придает этому никакого значения. Никогда не забудем одну из своих лекций в Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, когда сидевшая перед нами слушательница-иностранка, в течение полутора часов воспринимая наш материал, без устали отрицательно качала головой, тем самым доставляя немало неприятных минут. Девушка, как впоследствии выяснилось, оказалась жительницей Болгарии, где подобное означает, наоборот, согласие с собеседником.

Английское «*silent language*» или «немой язык», язык жестов, при лингвокультурологическом изучении способен пролить свет на особенности психического склада представителей того или иного народа. Это в свое время отмечал, в частности, Н.В. Гоголь применительно к языку движений в танце, близкому жестовому: «Посмотрите, как народные танцы являются в разных углах мира: испанец пляшет не так, как швейцарец, русский не так, как француз... Северный русс не так пляшет, как малороссиянин... У одного танец говорящий, у другого – бесчувственный; у одного бешеный, разгульный, у другого – спокойный; у одного напряженный, тяжелый, у другого – легкий, воздушный. Откуда родилось такое разнообразие танцев? Оно родилось из характера народа, его образа жизни и занятий. Народ, прошедший горделивую и бранную жизнь, выражает ту же гордость в своем танце; у народа беспечного и вольного та же безграничная воля и поэтическое самозабвение отражается в танцах; народ климата пламенного оставил в своем национальном танце ту же негу, страсть и ревность».

5. По мнению исследователей, при обучении иностранному языку как средству коммуникации *речевой* этикет выступает в качестве наиболее значимого объекта, поскольку этикетные правила и нормы, как показывают результаты лингвокультурологических исследований, нередко отличаются национально-культурной спецификой, что, в свою очередь, ведет к непониманию между коммуникантами. Если сравнить, например, русские и американские привет-

74 | ствия, то мы увидим: степень знакомства, социальные, возрастные признаки не играют для американской лингвокультуры той роли, какую они играют для русской, так что «Hi, President!» («Привет, ректор!») и вполне допустимо, и не режет слух. Полагаем, что это связано с большей демократичностью американского социума. Одновременно палитра американских формул значительно беднее благодаря свойственному американцам стремлению экономить время и усилия и не размениваться на мелочи (ср. русск. «Я вас приветствую», «Мое почтение», «Наше вам», «Физкульт-привет» и т. д. и т. п.

б. Завершая разговор о носителях и источниках лингвокультурологической информации, подчеркнем, что, будучи феноменом культуры и одной из форм речевого общения, *текст* в структуре последнего занимает особое место, поскольку с порождением, восприятием и истолкованием текстов в ходе речевого общения соотносятся критерии оценки взаимопонимания людей в различных ситуациях. И, что особенно важно для нас, от уровня подобного взаимопонимания зависит эффективность совместной деятельности, в том числе успехи в преподавании и изучении иностранных языков.

В первую очередь это касается *художественного* текста, так как именно произведения художественной литературы, существующие в виде ценного источника изучения всех аспектов национально-культурной специфики речевого и неречевого поведения. Одновременно являясь одним из основных и значимых материалов в процессе обучения иностранному языку не только как средству коммуникации, но и как специальности (русский язык как иностранный, лингвистика и межкультурная коммуникация), благодаря таким своим характерным признакам и достоинствам, как занимательность, образность, выразительность, информативность и т. д. и т. п., а главное – наиболее тесной связи с национальной культурой, позволяющей говорить о нем как о лингвокультурологическом феномене.

Опыт работы с представителями различных языков и народов дает в руки исследователей убедительный материал, иллюстрирующий особенности понимания художественного текста в интересующем нас национально-культурном аспекте. Так можно привести пример неадекватного замыслу автора понимания абзаца первой главы романа Александра Фадеева «Разгром». Абзаца, повествующего о тяжелой жизни рабочих – шахтеров в дореволюционной России, студентами-филологами из одной восточной страны: «Морозка родился в темном бараке, у шахты № 2, когда сиплый гудок звал рабочих в утреннюю смену.

– Сын?.. – переспросил отец, когда рудничный врач вышел из коморки и сказал ему, что родился именно сын, а не кто другой.

– Значит, четвертый... – подытожил отец покорно...

Потом он напялил замазанный углем брезентовый пиджак и ушел на работу».

На вопрос: «Как воспринял отец сообщение о рождении сына» был получен единодушный ответ: «Отец был очень рад!», а в доказательство именно такого понимания студенты с восторгом приводили следующий аргумент: «У него родился СЫН, ЧЕТВЕРТЫЙ!» В данном случае «сработали» ассоциации, основанные на социокультурном опыте своего народа, или, иными словами, имела место так называемая лингвокультурологическая интерференция.

Основные тенденции развития лингвокультурологии на современном этапе

Лингвокультурология – это направление, которое активно развивается, обогащаясь новыми, перспективными идеями, принадлежащими, в частности, ученым Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина. Так в последние годы наметилась устойчивая тенденция подхода к проблемам соотношения и взаимодействия языка и культуры путем выделения единиц подобного изучения. Здесь следует упомянуть в первую очередь *концепт* (Ю. Е. Прохоров), *логоэпистему* (В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова), *кросс-культурное анкетирование* (Н. Г. Брагина).

Говоря о лингвокультурологическом исследовании в рамках концепта, следует иметь в виду, что концепт представляет собой некую совокупность правил и оценок, вырабатываемых любым обществом, закрепленных в национальном мировосприятии с целью упорядочения взгляда человека на во многом хаотичную объективную действительность и передаваемых средствами языка [Прохоров 2004]. Можно привести примеры таких концептов, как «хлеб», «дом», «деньги», «любовь», «вера», «Бог», «время» и др., знание которых в коммуникации, в том числе и в межкультурной, играет решающую роль.

Обращаясь к логоэпистемиологическому направлению в лингвокультурологии, следует прежде всего отметить, что данный термин составлен на основе сложения двух греческих лексем: «логос» – язык, речь, учение, смысл и «эпистема» – знание, понимание. Итак, логоэпистема – это все то, что представляет собой трудность для адекватного замыслу автора понимания текста (об этом частично говорилось применительно к художественному тексту), так как в ней кроется некое знание, неведомое учащимся, в первую очередь иностранцам. Логоэпистема представляет собой не просто слово, словосочетание, фразеологизм и т.д., а знание, которое несет в себе единица языка благодаря своей индивидуальной истории, скрытой внутренней форме, собственным связям с культурой (например, такие логоэпистемы, как «обломовщина», «герой нашего времени», «язык до Киева доведет», «М. С. Горбачев», «перестройка» и т. д. и т. п.).

Будучи артефактами, существующими в культуре и языке, созданными человеком, наделенные им же смыслом и представляющие собой «свертку» определенных социокультурных знаний, логоэпистемы должны находиться и находятся в фокусе современных лингвокультурологических исследований [Костомаров, Бурвикова 2000].

Логоэпистемы тесно связаны с «карнавализацией языка» [Бахтин 2000], когда в средства массовой информации вливается как бы «карнавал» разного рода перефразированных афоризмов, аллюзий, цитат и т.п. – факт, хотя и ставший привычным, но увы, не для всех привлекательный. Попутно заметим, что в настоящее время логоэпистемы тесно связаны с языком рекламы, становящемся популярным у молодежи как российской, так и иностранной, изучающей русский язык. «Мы говорим «Херши» – подразумеваем «Кола», Мы говорим «Кола» – подразумеваем «Херши» – намек на известную поэму В.В. Маяковского «Владимир Ильич Ленин» достаточно прозрачен: «Мы говорим Ленин – подразумеваем партия, Мы говорим партия – подразумеваем Ленин». Карнавал, да еще какой!

А вот пример логоэпистемы британской, прижившейся в нашей рекламе: «Баунти – райское наслаждение». С чем ассоциируется для подавляющего большинства носителей русского языка слово «Баунти»? с экзотикой – лазурное море, голубое небо, кокосовые пальмы... а вот в сознании англосакса в первую очередь всплывают исторические сведения – «Bounty» – название британского военного корабля, получившего известность из-за происшедшего на нем в 1789 году во время плавания в Тихом океане мятежа. Матросы высадились на одном из островов, где в изобилии произрастали кокосовые орехи, а туземные девушки отличались красотой. Попав в этот райский уголок, моряки с корабля «Баунти» действительно получили райское наслаждение. Равно как и его капитан, Уильям Блай (William Bligh), личность, хорошо известная в англоговорящих странах прежде всего благодаря фильмам, посвященным этому историческому событию.

Развивая тему лингвокультурологии, языка рекламы в виде рекламного слогана, заголовка, основного текста и эхо-фразы и обучения межкультурному общению, позволим себе привести весьма курьезный пример. Знакомая журналистка из Швеции, прекрасно владеющая русским языком и культурой, решила провести по долгу службы следующий эксперимент-опрос, чтобы исследовать, как относятся к образу Карлсона из культовой для русского читателя книги Астрид Линдгрен дети в Швеции и в России. Ее, как человека, связанного с копирайтингом (копирайтинг – это работа с рекламным текстом. – А.М.), интересовали в первую очередь некоторые высказывания небезызвестного персонажа. Что же касается отношения к Карлсону в обеих странах, то оно, согласно результатам эксперимента, оказалось диаметрально противоположным. Для шведских детей «человек с моторчиком» – это взрослый «дядька», хитрый, коварный, жуликоватый, эгоистичный и посему неприятный. А главное – по-взрослому вечно обманывающий Малыша. В противоположность им российские дети воспринимают образ Карлсона как человека вне возраста, добродушного, милого, компанейского и веселого, которому за это можно простить все. А хрестоматийная фраза героя «Я муж-

чина в меру упитанный, средних лет» приобретает для россиян характер шутки. Можно себе представить степень непонимания, граничащую с раздражением, в процессе потенциальной рекламной коммуникации, которая продвигает, к примеру, конкретный российский товар на шведском рынке, где обыгрывается эта раздражающая шведа фраза, без соответствующего лингвокультурологического исследования.

Лингвокультурология в аспекте методики обучения межкультурной коммуникации

Являясь в той своей части, где речь идет о лингвострановедении, не только филологическим, но и в традиционном понимании методическим направлением, лингвокультурология призвана ставить и решать ряд лингводидактических задач, важнейшей из которых выступает формирование «социокультурной компетенции», позволяющей полноценно участвовать в процессе межкультурной коммуникации. Отсюда важную прикладную роль играет, в частности, отбор коммуникативного материала с точки зрения адресата, поскольку содержание обучения в аспекте формирования определенных фоновых знаний будет различаться в зависимости от того, к какой именно культуре, к какому культурному ареалу принадлежит тот или иной учащийся [Мамонтов 2006].

Работавшие с представителями различных лингвокультурных общностей знают, что обучать иностранному языку японца или араба – это совсем не одно и то же, что обучать американца или русского, поскольку представители названных общностей обладают своим собственным видением и пониманием мира. Так, работая, например, со студентами из Кореи и Вьетнама над фразеологическим материалом, следует принять во внимание, что, в частности, фразеологизм «собаку съел» следует предвирать лингвострановедческим комментарием, разъясняющим переносное значение данной языковой единицы и подчеркивающим практически полное отсутствие на сегодняшний день его связи с процессом поедания этого друга человека. В противном случае студенты радостно поведают вам, какое вкусное собачье мясо готовят у них на родине и т.д. и т.п. Надо ли говорить, что соответствующая работа представляется абсолютно лишней в группах учащихся из Европы, Америки, стран арабского Востока и большинства других стран мира. Следовательно, среди предлагаемых в качестве учебного материала лексических единиц с культурным компонентом в содержании, на которые стоит обратить лингводидактическое внимание на занятиях с вьетнамскими и корейскими учащимися, должно присутствовать слово «собака». И некоторые производные от него типа «погулять с собакой», тогда как среди национально окрашенных слов русского языка для учащихся из многих других стран оно будет отсутствовать по вышеназванной причине.

Не менее значимыми являются предлагаемые лингвокультурологией с учетом адресата критерии отбора, к рассмотрению которых мы переходим.

Итак, 1. Страноведческая ценность – чем выше культурно-исторический потенциал той или иной единицы языка и речи, тем больше его значимость для процесса обучения. Одновременно принцип «общеизвестности» должен отодвигаться на второй план, если речь идет об обозначении явлений, помогающих понять истоки национальной культуры, ее специфику. Например, слова типа «кокошник», «городки» и т.п.

2. Коммуникативная ценность – необходимо отбирать в первую очередь тот лингвокультурологический материал, который способствует диалогу культур, помогая устанавливать «мосты взаимопонимания» между их представителями. Так мы не должны, например, проходить мимо слова «загорать» не только потому, что оно несет в своей семантике национально-культурную специфику по отношению к языкам и культурам тропических стран, где, как известно, не принято загорать. А в первую очередь, потому, что данная языковая единица является значимой для любой формы общения в русской лингвокультуре.

3. Защищенность от стереотипа – не стоит перегружать учащихся словами, обозначающими какую-либо одну специфическую черту образа жизни, например, увлечение баней. В противном случае иностранные учащиеся будут воспринимать русскую лингвокультуру как сплошное банное действо. Поэтому во главу угла отбора должна ставиться его сбалансированность.

4. Типичность – поскольку учащийся-иностранец может принимать редкое за обычное, случайное – за распространенное, не следует перегружать его таким учебным, например, тестовым материалом, где персонажи попадают в частности в экстремальные, нетипичные ситуации.

5. В целях систематизации, закрепления и активизации фоновых знаний предлагаются и специальные лингвострановедческие упражнения, например:

Упражнение 1. Назовите одним словом предметы и явления, характеризующиеся следующими признаками – «гололед», «мороз», «иной», «санки», «заснеженный лес» и др.

Упражнение 2. В приведенных диалогах вставьте вместо точек необходимые слова.

В ресторане:

– Какое блюдо на ... ты хочешь взять?

– Мне не хочется есть А на ... я возьму мясо.

В заключение подчеркнем, что для лингвокультурологии всегда была и остается одной из самых актуальных задач создания национально ориентированных методик обучения межкультурной коммуникации, обеспечивающихся соответствующими учебниками, учебными пособиями, словарями и другими материалами и основывающихся на адекватной системе упраж-

нений. В частности, приведенные выше образцы упражнений адресованы носителям тех культур, для которых феномен зимы – это целый новый, неизвестный мир, а организация приема пищи исключает принятый у нас последовательный порядок.

Литература

1. Артемов В.А. Психология обучения иностранным языкам. М., 1969.
2. Бахтин М. Вопросы литературы и эстетики. М., 1975.
3. Брагина Н.Г. Теория и практика кросс-культурных описаний // Материалы XIII Конгресса Международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы «Русский язык и литература в пространстве мировой культуры». 13–20 сентября 2015 года, Гранада. В 2 т. СПб.: МАПРЯЛ, 2015.
4. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М., 1990.
5. Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры. Характер языка и характер народа // Мамонтов А.С., Морослин П.В. Хрестоматия по языкознанию. М. 2005. С. 23–36.
6. Костомаров В.Г., Бурвикова Н.Д. Современный русский язык и культурная память // Этнокультурная специфика речевой деятельности. М., 2000.
7. Мамонтов А.С. Язык и культура: сопоставительный аспект изучения. М., 2000.
8. Мамонтов А.С. Номинативные единицы – афоризмы (поговорки, пословицы, поговорки) в аспекте сопоставительного лингвострановедения // Вестник МГУ. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2002. № 2. С. 88–97.
9. Мамонтов А.С. Лингвокультурные основы обучения языку как средству межкультурной коммуникации. М.: Флинта-Наука, 2010.
10. Мамонтов А.С., Мамонтов С.П., Морослин П.В., Григорьев Н.Ю. Культурология: Учебник для академического бакалавриата / Под ред. проф. А.С. Мамонтова. М.: Юрайт, 2016.
11. Мамонтов А.С. Сопоставительное лингвострановедение и обучение иностранным языкам // Язык и культура в филологическом вузе. Актуальные проблемы изучения и преподавания. Сб. науч. тр. / Ред.-сост. А.Н. Щукин. М., 2006. С. 155–163.
12. Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М., 2004.

Трансформация жанрово-стилистической системы русского языка в конце XX – начале XXI века

Активные процессы в системе речевых жанров. Речевой жанр и смежные понятия

Обилие работ по жанровой проблематике последнего времени заставляет еще и еще раз обращаться не только к трактовке ключевого понятия данного научного направления – «речевому жанру», но и к различным классификациям жанров, вопросам трансформации жанрово-стилистической системы русской речи.

«В лингвистических, культурологических и близких к ним по направлению изданиях постоянно появляются новые работы о речевых жанрах, к изучению жанров речи обращается все большее число ученых, обнаруживаются новые аспекты рассмотрения проблем, и постепенно складывается ситуация, в которой можно уже говорить о «жанроведении» как об отдельной научной дисциплине»¹⁰.

По мнению В.Е. Гольдина, «актуальность проблематики жанроведения определяется многими факторами. Во-первых, исследование речевых жанров соответствует общей направленности современного языкознания на анализ речи в прагматическом аспекте, на поиск связей между строением речевых произведений и компонентами ситуации общения, включая в число последних прежде всего субъекты коммуникативной ситуации, отношения между ними, их знания и интенции. <...> Во-вторых, работы в области жанроведения, безусловно, стимулируются тем, что лингвистика, исследуя жанры речи, не обладает даже относительно полным их перечнем, так что все время обнаруживаются жанры, обойденные вниманием исследователей, и все новые «претенденты» на место в этом ряду. <...> Некоторым из жанров уже посвящено немало работ, но их природа все еще недостаточно раскрыта и потребовала дополнительного изучения»¹¹.

Следует отметить, что часть исследователей использует термин «жанр речи» слишком широко, «подчас гранича с нетерминологическим употреблением этого словосочетания»¹².

¹⁰ Гольдин В.Е. Проблемы жанроведения // Жанры речи: Сб. науч. ст.. Саратов: Изд-во государственного учебно-научного центра «Колледж», 1999. С. 46.

¹¹ Там же, с. 4.

¹² Там же, с. 5.

«Актуальными проблемами жанроведения, по-видимому, можно считать 1) параметризацию жанровых форм и установление системных отношений между параметрами (уместно вспомнить в этой связи модель речевого жанра, разработанную Т.В. Шмелевой. – *А.Щ.*), 2) создание классификаций и многоаспектной типологии жанров, 3) уточнение главных оппозиций в системе терминов жанроведения, 4) структуризацию жанроведческих понятий в системе общелингвистических концептов и 5) исследование жанровых форм в историческом аспекте»¹³.

В ряде имеющихся работ понятие речевого жанра соотнесено с такими, как речевой акт (см., напр., статьи А. Вежбицкой и М.Н. Кожиной в первом и втором, соответственно, выпусках сборника «Жанры речи»¹⁴), речевое (коммуникативное) событие (см., напр., статьи О.Н. Дубровской во втором выпуске сборника «Жанры речи», а также главу 5 первого раздела учебника по русскому языку и культуре речи В.Е. Гольдина, О.Б. Сиротининой, М.А. Ягубовой)¹⁵. Предприняты попытки соотнести понятие речевого жанра с понятиями речевой стратегии и речевой тактики (см. статьи И.В. Труфановой в журнале «Филологические науки» и А.П. Сковородникова в сборнике «Риторика–Лингвистика», вып. 5)¹⁶.

Отдельно стоит отметить вышедшие недавно монографию В.В. Дементьева «Теория речевых жанров» и одноименный лекционно-практический курс И.В. Шерстяных, в которых рассматривается широкий спектр актуальных проблем жанроведения.

О.А. Крылова и Со Ын Ен со ссылкой на мнение Т.В. Матвеевой замечают, что «речевой жанр – типовая разновидность текстов (рассказ, письмо, роман) и речевой жанр – ситуативно-типовое высказывание (реплика бытового диалога, военная команда, вопрос). Эта двойственность закрепляется в сфере языкознания: в литературоведении, теоретической журналистике, науковедении жанр трактуется как класс текстов; в лингвистике жанр понимается то как типовое представление речевого акта,

¹³ Гольдин В.Е. Проблемы жанроведения // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов: Изд-во государственного учебно-научного центра «Колледж», 1999. С. 6.

¹⁴ Вежбицкая А. Речевые жанры // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов, 1997; Кожина М.Н. Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы) // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов: Изд-во государственного учебно-научного центра «Колледж», 1999.

¹⁵ Дубровская О.Н. Сложные речевые события и речевые жанры // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов: Изд-во государственного учебно-научного центра «Колледж», 1999. С. 101–106; Гольдин В.Е., Сиротинина О.Б., Ягубова М.А. Русский язык и культура речи. 2-е изд., стереотип. М., 2003. 216 с.

¹⁶ Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // Филологические науки. 2001. № 3. С. 56–65; Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии // Риторика–Лингвистика. Вып. 5. Смоленск: СГПУ, 2004. С. 5–12.

то как более крупная, чем речевой акт, единица»¹⁷. Разница в подходах, обозначенная еще М.М. Бахтиным, отчетливо видна при определении понятий «литературный жанр» и «жанр журналистики», также при построении классификаций соответствующих жанрово-стилистических подсистем: отдельные жанры выделяются по иным основаниям, нежели бытовые речевые жанры.

А.П. Сковородников пишет, что «с учетом существующих в специальной литературе разночтений по вопросу определения понятий речевой жанр – как по отношению оппозиции устная/письменная речь, так и по отношению выделения набора релевантных признаков РЖ, считаем минимально достаточным набор признаков РЖ, указанный М.М. Бахтиным: типизированность целевой установки и тематического содержания, композиционного построения и стиля (языковых параметров) высказывания в их целостности. <...> РЖ представляет собой тип текста (текстотип), характеризующийся относительной устойчивостью иллокутивно-тематических, композиционных и языково-стилистических параметров в их единстве. В плане речевой деятельности РЖ чаще соотносится с некоторой совокупностью речевых актов, но может соотноситься и с одним речевым актом (например, в жанрах пословицы, афоризма). В последнем случае в качестве композиции РЖ выступает его синтаксическая структура (синтаксическая модель)»¹⁸.

Исследователи выделяют оппозиции, которые могут лежать в основе построения типологии речевых жанров: первичный жанр (простой, элементарный) / вторичный (сложный, комплексный); обычное, повседневно-бытовое речевое поведение / торжественное, ритуальное речевое поведение; информативная цель / эмотивная цель и др.

Как уже было сказано выше, идущее от М.М. Бахтина двойное понимание речевых жанров как 1) типовой разновидности текста, закрепившееся в литературоведении, теории журналистики, науковедении) и как 2) ситуативно-типовое высказывание (лингвистическое понимание) должно, по идее, в известном смысле противопоставить понятия речевого жанра и, например, литературного жанра. Однако, как предлагают О.А. Крылова и Со Ын Ен, «если вместо термина «высказывание» в бахтинском определении употребить термин «текст» и понимать под речевыми жанрами устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы текстов, то указанное противоречие

¹⁷ Крылова О.А., Со Ын Ен. Понятие жанра: принципы выделения и изучения жанров речи // Лингводидактический поиск на рубеже веков. Юбилейный сб. М., 2000. С. 104.

¹⁸ Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии // Риторика–Лингвистика. Вып. 5. Смоленск: СГПУ, 2004. С. 6–7.

будет снято»¹⁹. Таким образом, понятие «речевой жанр» оказывается родовым по отношению к понятиям «литературный жанр», «деловой жанр», «научный жанр» и т.д. Аналогично обстоит дело и в случае с жанрами журналистики вообще и с газетно-публицистическими жанрами в частности.

В литературе вопроса жанры журналистики определяются как формы текстов, которые характеризуются устойчивыми чертами, зависящими от специфики реализуемого замысла, типом представления содержания адресату, наличием или отсутствием отличительных композиционно-речевых признаков. В зависимости от авторского намерения жанры журналистики традиционно делятся на три группы: информационные, аналитические и художественно-публицистические.

Информационные жанры закрепились как средство оперативного оформления актуальной информации (заметка, корреспонденция, репортаж, информационное интервью, сатирическая заметка, зарисовка). Это тексты небольшого или среднего объема, отражающие один факт, одно событие, одну ситуацию. Часть из них (заметка, корреспонденция, радиорепортаж, информационное интервью) допускает стандартное оформление, совсем или почти без экспрессивных композиционно-языковых средств. Другие (газетный репортаж, сатирическая заметка, зарисовка) требуют определенной стилистической отделки, отчего уменьшается их частотность в средствах массовой информации. Однако и в этих жанрах на первом плане стоит задача передать информацию (с эффектом присутствия – в репортаже, средствами комического – в сатирической заметке, зримо, наглядно – в зарисовке).

Аналитические жанры (статья, эссе, аналитическое интервью, беседа, аналитическая корреспонденция, рецензия) не только передают читателю в той или иной степени актуальную информацию, но и анализируют ее, обобщая факты, выявляя закономерности развития событий и процессов. Это тексты среднего и большого объема, в них увеличиваются количество и разнородность фактического материала, призванного аргументировать подробно разработанную авторскую концепцию той или иной общественной проблемы.

Художественно-публицистические жанры (очерк, фельетон, памфлет) передают актуальную информацию в картинной, воздействующей на воображение, эмоционально окрашенной форме.

В учебном пособии по основам творческой деятельности журналиста под редакцией С.Г. Корконосенко выделяется пять групп жанров журналистики: 1) оперативно-новостные (заметка во всех ее разновидностях); 2) оперативно-исследовательские (интервью, репортажи, отчеты); 3) исследовательско-новостные (корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия;

¹⁹ Крылова О.А., Со Ын Ен. Понятие жанра: принципы выделения и изучения жанров речи // Лингводидактический поиск на рубеже веков. Юбилейный сб. М., 2000. С. 104.

4) исследовательские (статья, письмо, обозрение); 5) исследовательско-образные (художественно-публицистические) – очерк, эссе, фельетон, памфлет²⁰. Авторы данной классификации, декларируя опору на журналистскую теорию и практику, тем не менее не всегда последовательны. Так, письмо как жанр журналистики не всегда носит исследовательский характер, а, например, портретное интервью вовсе не обязательно будет относиться к оперативно-исследовательской группе жанров.

Исследователь Л.Р. Дускаева предлагает выделять три группы журналистских жанров: информационные, оценочные (диагностирующие) и императивные. Такой подход к жанровой классификации, по всей видимости, основан на классификации речевых жанров Т.В. Шмелевой, за исключением этикетных жанров.

Анализ имеющейся литературы показал, что в большинстве случаев жанры журналистики выделяются по тематическому, интенциональному (в зависимости от авторского намерения – интенции) и даже формальному признаку (например, объем или расположение на газетной полосе). Используется при выделении того или иного жанра специфические в журналистике понятия – метод отражения действительности, уровень глубины проникновения познающего субъекта в объект (А.А. Тертычный).

М.М. Бахтин говорил, что жанровая форма неразрывными узлами связана с тематикой произведений и чертами мирозерцания автора. В жанровых формах особую роль играют стилевые признаки, которые и являются определяющим фактором в выделении того или иного жанра.

Необходимо заметить, что ЖЖ взаимодействуют друг с другом, обогащают друг друга, что является проявлением подвижности данной жанровой подсистемы. Как отмечает Л.М. Майданова, «откликаясь на перемены в обществе, система жанров журналистики перестраивается, переживает смену лидера. Так, если в 70-е гг. лидировал очерк, который оказал большое влияние на статью, интервью, рецензию, значительно усилив в них изобразительность письма, то во второй половине 80-х гг. на первый план вышли интервью и статья, и теперь уже очерк стал включать в себя фрагменты интервью, получившего, наряду с обычными, и характерологическую функцию. Кроме того, жанры журналистики взаимодействуют с жанрами других функциональных стилей, что еще больше обогащает запас выразительных средств публицистики»²¹.

Представленные рассуждения возвращают нас к мысли М.М. Бахтина о стилевой соотнесенности речевых жанров. В словарной статье «Речевой жанр» в Стилистическом энциклопедическом словаре В.А. Салимовский отмечает, что одним из важнейших критериев классификации речевых жанров «являются

²⁰ Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000. С. 139.

²¹ Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 184–185.

сферы деятельности (прежде всего духовной) и общения. Важнейшие виды духовной социокультурной деятельности, выступая экстралингвистической основой соответствующих функциональных стилей, предстают в качестве иерархически организованных систем частных деятельностей и образующих их типовых действий, лежащих в основе групп речевых жанров и отдельных жанров»^{22 23}.

В жанроведении до сих пор остается открытым вопрос о том, каково соотношение стилей языка/речи и жанров. Как нам представляется, система стилей имеет полевую структуру. Об этом рассуждает в своих работах М.Н. Кожина: «Весь текстовый (речевой) континуум как носитель функциональных стилей подразделяется на пять-шесть (если брать религиозный) функциональных стилей, при этом специфика каждого функционального стиля соотносится с узким кругом центральных подстилей и жанров, в наиболее чистом виде и наиболее полно представляющих эту специфику как лингвистическое воплощение влияния на речь прежде всего базовых экстралингвистических стилеобразующих факторов <...> Дальше от центра (на пути к периферии) находятся подстили и жанры, отражающие помимо базовых и другие экстралингвистические факторы; тем самым к основным стилевым чертам добавляются другие, обусловленные дополнительными (кроме базовых) факторами»²⁴.

Жанрово-стилистическая система организована по принципу поля. В центре располагаются наиболее стабильные и частотные жанры, обладающие такими признаками, которые свойственны в стилистическом плане публицистической функциональной разновидности русского языка. Другие располагаются на периферии. «В жанрово-стилистической структуре газеты можно выделить жанрово-стилистическое ядро и жанрово-стилистическую периферию. Ядро газеты – публицистическое: собственно публицистика (аналитические жанры, публицистический стиль) и пограничные явления (информационно-публицистический и художественно-публицистический жанры и стили). Периферия газеты – сугубо информационные и сугубо художественные материалы, официально-деловой и художественный стили»²⁵.

Попытки создания адекватной общественно-речевой практике классификации жанров предпринимались неоднократно. Характерно, что исследователи обращались в основном к жанрам журналистики, описание которых имело

²² Салимовский В.А. Речевой жанр // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 353.

²³ Салимовский В.А. Речевой жанр // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 353.

²⁴ Кожина М.Н. Полевая структура функционального стиля // Стилистический энциклопедический словарь / Под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 290.

²⁵ Современная газетная публицистика: Проблемы стиля. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1987. С. 7.

прикладное (для использования в практической деятельности) и методическое (в процессе подготовки специалистов) значение. Так, еще в 70-е годы XX века В.В. Ученова указывала на начало процесса размывания жанровых границ, диффузии журналистских жанров. Одной из попыток «вписать» устойчивые жанровые формы в подвижную социально-политическую коммуникацию была жанровая теория Е.П. Пронина. Большинство современных исследователей (А.А. Тертычный, Л.Е. Кройчик и др.) при определении жанровых признаков опираются на современную газетную практику, так как ни один журналистский текст сегодня не может быть рассмотрен вне принципа целостности издания (газеты, радио- или телеканала и т.д.).

Так, Е.П. Пронин отмечает, что «в историческом опыте средств массовой информации журналистские жанры следует сопоставлять по двум параметрам: во-первых, по предметному подходу к отображению реального процесса социальной практики, во-вторых, по целевой установке на уровень осмысления предмета отображения. <...> Жанр как устойчивый способ структурирования выразительных средств журналистики в целостное произведение, оптимально соответствующее реальной коммуникативной ситуации социальной практики, может быть описан как «пересечение» двух этих классификационных параметров»²⁶.

Л.Е. Кройчик в построении типологии публицистических жанров исходил из тезиса, что журналистский текст включает в себя три важнейших компонента: 1) сообщение о новости или возникшей проблеме; 2) фрагментарное или обстоятельное осмысление ситуации; 3) приемы эмоционального воздействия на аудиторию (на логико-понятийном или понятийно-образном уровне). Газетные тексты при таком подходе подразделяются на оперативно-новостные (заметки во всех ее разновидностях), оперативно-исследовательские (интервью, репортажи, отчеты), исследовательско-новостные (корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия), исследовательские (статья, письмо, обозрение), исследовательско-образные (очерк, эссе, фельетон, памфлет)²⁷.

Однако создание исчерпывающего перечня речевых жанров даже одной коммуникативной сферы наталкивалось на существенные затруднения, связанные с динамикой общественной жизни. М.Н. Ким на примере жанров журналистики отмечает следующие тенденции в системе жанрообразования. «Процесс перестройки жанровой системы происходит на современном этапе за счет смешения одних жанров с другими. В системе жанров журналистики на периферию отошли такие крупномасштабные жанры, как очерк, а в центр выдвинулись информационные жанры. Срединное положение занимает группа аналитических жанров;

²⁶ Социальная практика и журналистский текст / Под ред. Я.Н. Засурского, Е.И. Пронина. М.: Изд-во МГУ, 1990. С. 49–52.

²⁷ Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000.

возникновению новых жанров предшествует освоение журналистами новых методов познания действительности, взятых на вооружение из других сфер человеческой деятельности, например, социологическое резюме или статья-прогноз;

процесс размывания жанровых границ приводит не только к образованию гибридных жанровых форм (например, очерк-расследование), но и постоянному жанровому взаимообогащению;

изменяясь и трансформируясь, жанр в своем развитии сохраняют свои преемственность, основные типологические признаки, обнаруживаемые в многообразии отдельных жанров»²⁸.

В статье «Речевой жанр. Возможности описания и использования в преподавании языка» Т.В. Шмелева соотносит различные подходы к исследованию речевых жанров, выявляет их аналоги: прагматический (речевой акт), лексикологический (глаголы речи), грамматический (вопросительные и побудительные предложения), методический (формулы речевого этикета как «клишированные реализации РЖ»)»²⁹. Целиком разделяя подобный подход к анализу имеющихся в научной литературе концепций, заметим, что в этом ряду отсутствует риторический аналог, в роли которого выступает риторический жанр.

На необходимость разграничения понятий речевого жанра и риторического жанра указывает О.Б. Сиротинина, обозначая данную проблему как требующую разрешения: «...обращается внимание на принципиальную разницу информативных и фатических жанров, создаются и дискутируются разные принципы их классификации. Однако при этом не всегда отчетливо разграничиваются собственно жанр и отдельный речевой акт, речевой и риторический жанр»³⁰.

Более жесткую позицию по данному вопросу занимает Т.В. Анисимова, которая считает, что речевые жанры должны изучаться в первую очередь с позиций риторики. «В последнее время ученые-филологи особое внимание уделяют изучению жанров речи. Однако положение все еще нельзя считать удовлетворительным, поскольку почти все исследования ведутся с позиций лингвистики, в то время как проблема жанра скорее риторическая, чем лингвистическая. <...> Главная проблема современной теории жанров состоит в том, что подавляющее большинство исследований посвящено анализу исключительно разговорной речи, причем к жанрам относят не законченные

²⁸ Ким М.Н. Жанры современной журналистики. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. С. 12.

²⁹ Шмелева Т.В. Речевой жанр. Возможности описания и использования в преподавании языка // Russistik. Русистика. Берлин. 1990. № 2.

³⁰ Сиротинина О.Б. Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр» // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов, 1999. С. 26.

высказывания, а отдельные предложения с выраженной интенцией, так что в одной законченной реплике может оказаться 2–5 и даже более разных жанров»³¹.

Отметим, что данный исследователь не склонен разграничивать понятия речевой жанр и риторический жанр, по крайней мере в пределах цитируемого источника. К примеру, в названии статьи говорится о принципах классификации **риторических жанров** (выделено нами. – А. Щ.), а далее в тексте используются термины «речевые жанры», «жанры речи», «жанры общения» и т. д. При этом Т. В. Анисимова особо подчеркивает, что, «несмотря на отсутствие строгого определения понятия «жанр», нужно согласиться с тем, что это явление речи, в противном случае потеряется сам предмет обсуждения»³².

Большинство исследователей жанров начинают свои рассуждения с упоминания жанров бытового общения, а ключевым элементом в определении речевого жанра называется коммуникативная цель. Однако необходимо отметить, что не менее важной при определении жанра в конкретной речевой ситуации оказывается роль адресата. «Думается, что речевой жанр сложился не в лингвистических теориях, а в реальном восприятии бытового общения, прежде всего с точки зрения получателя речи, отсюда и похвальба, и комплимент, и лесть (спорные, с точки зрения М. Ю. Федосюка, жанры) воспринимаются именно как речевые жанры: «*Это просто похвальба*», «*Это явная лесть*», «*Спасибо за комплимент, но я-то понимаю...*» и т. д.³³ Такое рассуждение О. Б. Сиротининой приводит к мысли о риторической природе жанра. Ведь действительно, выбирая ту или иную жанровую форму, отправитель сообщения руководствуется не только своими намерениями, но обязательно учитывает фактор адресата, делает все, чтобы передаваемая информация была воспринята полностью и проинтерпретирована в нужном адресанту ключе. «Адресант сознательно или неосознанно, но всегда строит свою речь так, чтобы речевой жанр был воспринят адресатом правильно. <...> Иногда адресант вынужден (или стремится к этому без особой нужды) мобилизовать для успеха коммуникации все свои и данного языка возможности, именно построить высказывание или их ряд с его точки зрения наиболее эффективным способом. В этих случаях, очевидно, можно говорить не только о речевых, но и о риторических жанрах. <...> Очевидно, один и тот же жанр может быть чисто речевым при отсутствии специально спланированного, сознательно использованного построения речи и употребления в ней определенных

³¹ Анисимова Т. В. О принципах классификации риторических жанров // Речевое общение: Специализированный вестник / Краснояр. гос. ун-т; Под ред. А. П. Сковородникова. Вып. 2(10). Красноярск, 2000. С. 43.

³² Там же, с. 43–44.

³³ Сиротинина О. Б. Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр» // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов, 1999. С. 27.

языковых средств и риторическим — в случае сознательного планирования и употребления тех или иных средств (подчеркнутая вежливость просьбы, подчеркнутая императивность приказа и т. д.)³⁴.

Аналогичной точки зрения придерживается и В.А. Салимовский: «В случае специально спланированного, сознательного построения речи и употребления в ней определенных языковых средств речевые жанры становятся риторическими»³⁵. Таким образом, понятие «речевой жанр» в данной трактовке оказывается шире понятия «риторический жанр». При этом, как замечает О.Б. Сиротинина, далеко не всякий речевой жанр может стать риторическим даже потенциально. «Вряд ли возможно (во всяком случае, это не типично) строить ссору. <...> Ссора – речевой жанр с точки зрения адресата и наблюдателя (особенно наблюдателя), но не риторический жанр»³⁶. Соглашаясь в целом с данным мнением, заметим, что ссора может быть рассмотрена как определенная коммуникативная ситуация, обслуживаемая комплексом речевых жанров, а не как самостоятельный жанр. Например, трактовка термина «коммуникативная ситуация» в энциклопедическом словаре-справочнике «Культура русской речи» позволяет сделать такое утверждение относительно ссоры: «Коммуникативная ситуация – сочетание внешних и внутренних условий и обстоятельств, в которых протекает речевое общение, положение дел, сопровождающее коммуникацию. К.с. формируют прежде всего внеязыковые факторы, однако особенности К.с. непосредственно влияют на отбор языковых средств и устройство используемых в этой К.с. текстов»³⁷. Ссора возникает в результате определенного эмоционального настроения коммуникантов, взаимного неприятия слов и поступков друг друга. Ссора может возникнуть спонтанно, ее действительно нельзя спланировать (ее можно лишь спровоцировать), а потому ссора является, все же, коммуникативной ситуацией, а не речевым и тем более не риторическим жанром.

В связи со сказанным необходимо, на наш взгляд, согласиться с мнением Б.Я. Шарифуллина о том, что «...адекватное представление о том или ином РЖ может быть осуществлено только с учетом конкретной коммуникативной ситуации, основных ее участников – автора и адресата жанрового высказывания, их коммуникативных ролей и, что немаловажно, типов их языковых личностей. Взаимосоотношение и взаимодействие РЖ в различных ситуациях

³⁴ Сиротинина О.Б. Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр» // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов, 1999. С. 28.

³⁵ Салимовский В.А. Речевой жанр // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 353.

³⁶ Сиротинина О.Б. Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр» // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов, 1999. С. 26.

³⁷ Иванов Л.Ю. Коммуникативная ситуация // Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сквородникова, Е.Н. Ширяева. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 252.

общения, а также их связь и соотношение с другими речевыми действиями или событиями (речевыми актами, речевыми тактиками и т.п.) – одна из основных, как мне видится, проблем современного жанроведения, которая еще не получила своего разрешения. У данной проблемы имеются коммуникативно-прагматическая и риторическая составляющие»³⁸.

По всей видимости, рассуждая о речевых и риторических жанрах, следует принять тезис о необходимости разных подходов к данным понятиям. В первом случае это лингвопрагматический подход (коммуникативно-прагматический подход в трактовке Б.Я. Шарифуллина), во втором случае – риторический подход (в трактовке Б.Я. Шарифуллина и Т.В. Анисимовой). При этом необходимо разграничивать понятия «речевой акт», «речевая стратегия», «речевая тактика», «речевое событие» и т.п.³⁹

Как замечают В.Е. Гольдин, О.Б. Сиротинина, М.А. Ягубова, «в речевом общении «выделяются относительно самостоятельные участки, имеющие хотя и не абсолютно строгую, но достаточно определенную организацию и обслуживаемые характерными для них устойчивыми комплексами речевых жанров. Эти участки, эти формы организации общения, называют речевыми событиями. Примеры всем известных речевых событий: урок, экзамен, лекция, митинг, вечеринка, свадьба, переговоры, собрание, суд, проповедь, собеседование, симпозиум, конференция»⁴⁰. Как кажется, нельзя подменять термином «речевое событие» термин «риторический жанр», что нередко происходит, если принять к сведению необходимость владения особенными риторическими навыками в ситуациях лекции, митинга, переговоров и т.п. В этом смысле урок, симпозиум, вечеринка, свадьба и т.д. – речевые события, поскольку, как минимум: а) состоят из нескольких жанров, б) участники данных событий могут иметь разные цели (интенции), в) композиция и стиль в большинстве конкретных случаев с трудом поддаются типизации.

У проблемы разграничения понятий «речевой жанр» и «риторический жанр» есть и еще одна сторона – методическая. Жанры необходимо не только изучать, им необходимо обучать. «Все человеческое общение осуществляется в речевых жанрах, их изучение необходимо. Сомнение может возникнуть

³⁸ Шарифуллин Б.Я. Речевые жанры: проблемы теории и практики // Русский язык: Теория. История. Риторика. Методика: Материалы науч.-метод. чтений памяти проф. Р.Т. Гриб / Под ред. Б.Я. Шарифуллина. Красноярск, 2003. Вып. 3. С. 37.

³⁹ Подробнее об этом: Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии // Риторика–Лингвистика. Вып. 5. Смоленск: СГПУ, 2004. С. 5–12; Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // Филологические науки. 2001. № 3. С. 56–65.

⁴⁰ Гольдин В.Е., Сиротинина О.Б., Ягубова М.А. Русский язык и культура речи. 2-е изд., стереотип. М., 2003. С. 56.

только по отношению к обучению речевым жанрам. Очевидно, обучать можно только тем из них, которые одновременно являются или хотя бы могут быть и риторическими», – пишет О.Б. Сиротинина⁴¹. Как уже было подчеркнуто, одно из отличий риторических жанров от речевых состоит в том, что «исполнение» риторического жанра требует от говорящего определенных навыков, в то время как «исполнение» речевого жанра происходит «автоматически», зачастую спонтанно. Как известно, спонтанность и неподготовленность – характерные особенности бытовой разговорной речи. По всей видимости «водораздел» между речевым и риторическим жанром лежит в плоскости функционально-стилистической. Т.е. речевые жанры – жанры преимущественно устного бытового общения, а риторические жанры – преимущественно письменные жанры делового, научного, политического и т.п. общения, которые иногда могут быть реализованы и в устной форме. К риторическим жанрам следует отнести и жанры ораторской речи.

Существует, как кажется, и еще один параметр, по которому можно разграничить речевые и риторические жанры. О.А. Крылова и Со Ын Ен со ссылкой на статью М.Ю. Федосюка «Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи»⁴² отмечают: «Элементарными речевыми жанрами предлагается считать такие тематические, композиционные и стилистические типы текстов, в составе которых отсутствуют компоненты, которые имеют статус определенных жанров, например, похвала, приветствие, приказ. Мы бы сказали, что это атомарные речевые жанры. А комплексные речевые жанры представляют собой тексты, которые включают в себя компоненты, являющиеся, в свою очередь, определенными речевыми жанрами; например, утешение, уговоры, беседа, дискуссия, ссора и т.п.»⁴³. Нетрудно заметить, что многие комплексные речевые жанры в данной трактовке являются риторическими. Упоминание в данном ряду ссоры позволим оставить без комментария.

Со временем, как нам представляется, риторический жанр может стать речевым. Это возможно в том случае, если уровень коммуникативной культуры вырастет значительно, и носители языка будут свободно пользоваться такими жанрами, для употребления которых в данное время требуются особые риторические навыки и умения. Указанное обстоятельство свидетельствует о диалектике речевых и риторических жанров. Б.Я. Шарифуллин: «Традиционно их (жанры тоста и анекдота. – А. Ш.) эффективная

⁴¹ Сиротинина О.Б. Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр» // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов, 1999. С. 29.

⁴² Федосюк М.Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи // Жанры речи. Саратов, 1997. С. 66–86.

⁴³ Крылова О.А., Со Ын Ен. Понятие жанра: принципы выделения и изучения жанров речи // Лингводидактический поиск на рубеже веков. Юбилейный сб. М., 2000. С. 105.

вербальная реализация должна быть обусловлена «красноречием» автора, т. е. его соответствующими риторическими качествами (например, профессионал-тамада или искусный, «записной» рассказчик анекдотов). В реальности же и тост, и анекдот стали распространенными жанрами бытового общения, что, впрочем, не отрицает их риторического характера»⁴⁴.

Понятие «речевой жанр» необходимо соотносить и с понятием «литературный жанр». «Жанр (от франц. *genre* – род, вид) – тип художественного произведения, заключается в единстве свойств композиционной структуры, его формы и содержания с характерными сюжетными и стилистическими признаками (роман, поэма, баллада). Жанр обобщает черты, характерные большой группе произведений какой-либо эпохи, нации или искусства. В различных видах искусства жанр определяется по-своему. Его выделяют на основе принадлежности определенному литературному роду и по преобладающему эстетическому качеству»⁴⁵. Исходя из этого, литературные жанры могут быть поэтическими и прозаическими, эпическими, лирическими и драматическими. Возможно также выделение литературных жанров по тематическому признаку. Например, роман бытовой, психологический, детективный, авантюрный, научно-фантастический, мифологический и т. п.

Как отмечает В.Е. Хализев, литературные жанры «с трудом поддаются систематизации и классификации (в отличие от родов литературы), упорно сопротивляются им. Прежде всего потому, что их очень много: в каждой художественной культуре жанры специфичны (хокку, танка, газель в литературах стран Востока). К тому же жанры имеют разный исторический объем. Одни бытуют на протяжении всей истории словесного искусства; другие же соотнесены с определенными историческими эпохами. <...> Картина усложняется еще и потому, что одним и тем же словом обозначаются жанровые явления глубоко различные»⁴⁶. В качестве примера приводится элегия как жанр, по-разному понимаемый древними греками, древними римлянами и в Новое время. К основным признакам литературного жанра можно отнести следующие: «1) эстетическая основа отношения к действительности; 2) охват действительности (ср.: рассказ и роман); 3) тип изложения (повествование, описание, диалог); 4) композиционная структура (роль действия, персонажа, обстоятельств); 5) характер организации словесной ткани (ритм, интонация, тропы и т. д.)»⁴⁷.

⁴⁴ Шарифуллин Б.Я. Речевые жанры: проблемы теории и практики // Русский язык: Теория. История. Риторика. Методика: материалы науч.-метод. чтений памяти проф. Р.Т. Гриб / Под ред. Б.Я. Шарифуллина. Красноярск, 2003. Вып. 3. С. 38–39.

⁴⁵ Елисеев И.А., Полякова Л.Г. Словарь литературоведческих терминов. Ростов н/Д: Феникс, 2002. С. 53.

⁴⁶ Хализев В.Е. Теория литературы: Учебник. 3-е изд., испр. и доп. М.: Высшая школа, 2002. С. 358.

⁴⁷ Крылова О.А., Со Ын Ен. Понятие жанра: принципы выделения и изучения жанров речи // Лингводидактический поиск на рубеже веков. Юбилейный сб. М., 2000. С. 98.

Сопоставив понятие речевого жанра со смежными, позволим утверждать, что данное понятие является родовым по отношению к таким, как литературный жанр, жанр журналистики. Этот ряд можно дополнить научным жанром, деловым жанром, бытовым жанром и т.д. в соответствии с выделяемыми функциональными разновидностями русского языка. Особняком стоит понятие риторического жанра, которое, по всей видимости, объединяет жанры книжных функциональных разновидностей языка и нуждается в дальнейшем уточнении.

Трансформация жанров как проявление языковой игры (на материале газетно-журнальных текстов)

Рассматривая функционально-стилевую специфику языка газеты, В.Г. Костомаров почти 40 лет назад выделил стилистический конструктивный принцип газеты – диалектическое единство экспрессии и стандарта⁴⁸. Наблюдения над стилистикой российских газет конца прошлого – начала нынешнего века дают отчетливое представление о явном сдвиге в пользу экспрессии. В частности, А.П. Сковородников пишет, что «мы являемся свидетелями формирования нового газетно-публицистического стиля, в котором баланс двух его составляющих – стандарта и экспрессии – явно сдвигается в сторону экспрессивного начала»⁴⁹. «Есть основания полагать, что в произошедших и происходящих изменениях существенную роль сыграли не только социально-экономический и политический факторы непосредственно, но и философия и эстетика литературного постмодернизма, занявшие заметное место в культурной жизни страны»⁵⁰. Одним из проявлений указанной тенденции являются весьма частотные в последнее время различные приемы так называемой языковой игры⁵¹, поскольку «значительная часть массмедийного пространства – это пространство игровое»⁵².

Авторы газетных публикаций стремятся привлечь читателя, используя нестандартные приемы, ведь «языковая игра максимально приближена

⁴⁸ Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.

⁴⁹ Сковородников А.П. Фигуры речи в современной российской прессе // Филологические науки. 2001. № 3. С. 74–80.

⁵⁰ Сковородников А.П. Рефлексы постмодернистской стилистики в языке российских газет // Русская речь. 2004. № 6. С. 68–76.

⁵¹ Сам термин «языковая игра» до сих пор не получил четкого лингвистического определения. На наш взгляд, термин не совсем корректен, поскольку в большинстве случаев речь идет не о единицах языка, а о речевой деятельности и собственно о речи как таковой. Однако в силу традиции и ограниченности объема данной публикации позволим себе не распространяться на данную тему.

⁵² Рахимкулова Г.Ф. Игровое пространство в современных медиатекстах // Язык как система и деятельность: Материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 80-летию проф. Ю.А. Гвоздарева. Дополнения. Ростов н/Д: ООО «Сигма», 2005. С. 33–37.

к импровизационности и стремится избегать закоснения. Таким образом, она в идеале мыслится как бесконечный процесс, потому что у нее есть начало, но принципиально не может быть конца как результата»⁵³.

Термином «языковая игра» в научной литературе объединяются все «явления, когда говорящий «играет» с формой речи, когда свободное отношение к форме речи получает эстетическое задание, пусть даже самое скромное»⁵⁴. Тем не менее в большинстве работ можно обнаружить лишь такое понимание языковой игры, когда единицы различных языковых уровней используются с мотивированным отклонением от нормы. «Будучи особой формой лингвокреативного мышления, имеющего ассоциативную природу, ЯИ всегда нацелена на использование лингвистических приемов, подчеркивающих парадокс между стандартной формой и/или значением знака (а также принятым алгоритмом его образования) и новой ассоциативной обработкой того или иного вида языкового знания»⁵⁵.

Одной из немногих работ, в которых языковая игра может проявлять себя на уровне целого текста, является статья Э.М. Береговской «Принцип организации текста как игровой момент». В указанной публикации рассматриваются некоторые формы языковой игры, связанные с принципами организации целого текста⁵⁶. Как представляется, действительно языковая игра – это не только использование тропеических и фигуральных ресурсов, но и обыгрывание формы текста, в том числе и его жанрового воплощения.

В качестве определения мы в данной публикации будем использовать данное в словаре «Культура русской речи»: «Языковая игра – творческое, нестандартное (неканоническое, отклоняющееся от языковой / стилистической / речеповеденческой / логической нормы) использование любых языковых единиц и/или категорий для создания остроумных высказываний, в том числе комического характера»⁵⁷.

Аналогичные тенденции отмечает и Л.Р. Дускаева: в современных газетах «в целом отмечается упразднение жанровых перегородок», происходит «свободная комбинация признаков различных жанров в одном произведении»⁵⁸.

⁵³ Скворцов А.Э. Языковая и литературная игра как ведущий элемент стиля // <http://levin.rinet.ru/ABOUT/skvortsov.html>

⁵⁴ Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. Языковая игра // Русская разговорная речь: Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. М., 1983. С. 172–214.

⁵⁵ Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева. М.: Флинта: Наука, 2003. 840 с.

⁵⁶ Береговская Э.М. Принцип организации текста как игровой момент // Русская филология. Учен. зап. Смоленского гос. пед. ун-та. Смоленск, 1999.

⁵⁷ Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева. М.: Флинта: Наука, 2003. 840 с.

⁵⁸ Дускаева Л.Р. Принципы типологии газетных речевых жанров // Язык современной публицистики: Сб. ст. / Сост. Г.Я. Солганик. М., 2005. С. 115–143.

Таким образом, следуя тенденциям развития языка и общества, жанровая подсистема публицистики переживает значительные изменения, которые проявляются в возникновении новых жанров, в том числе за счет образования гибридных форм. «Гибридизация речевых жанров выражается, во-первых, в подвижности границ между традиционно выделяемыми группами информационных, аналитических и художественных жанров; во-вторых, в глобализации категории комического, распространении ее влияния на все жанры газеты, что способствует частичному сходству их стилистического облика. В-третьих, в постсоветскую эпоху появились новые газетные жанры гибридного характера»⁵⁹.

Трансформация газетных и журнальных жанров, по нашему мнению, может идти двумя путями. Первый – эволюция существовавших газетных жанров. К примеру, если сравнивать по стилистическим параметрам жанр газетной рецензии, скажем, 80-х гг. XX века и последних десяти лет, то налицо сокращение объемов публикаций в последнее время, появление большого количества терминов искусствоведения, культурологии и т.п. преимущественно иноязычного происхождения, отказ от идеологических оценок и мн. др. Однако эти и другие изменения являются свидетельством эволюции жанра, а не сознательного авторского вмешательства в жанровые каноны с целью достижения определенного стилистического эффекта. Подобные трансформации происходят, как правило, под влиянием внешних (экстралингвистических) факторов.

Второй путь трансформации газетных и журнальных жанров – образование гибридных форм. Причем следует отметить, что гибридизации (контаминации, слиянию, конвергенции)⁶⁰ могут подвергаться собственно газетно-журнальные жанры, не-газетно-журнальные жанры, которые переместились на газетные полосы и страницы журналов. Таким образом, можно выделить две группы гибридных жанров: 1) жанры, образованные путем слияния собственно газетно-журнальных жанров, 2) жанры, образованные путем слияния газетно-журнального и не-газетно-журнального жанра.

К первой группе можно отнести такие жанры, как комическая заметка, комический комментарий, комический анонс и др. В таких жанрах легко обнаруживаются черты заметки, комментария, анонса, с одной стороны, а с другой – фельетона, жанра, в чистом виде практически отсутствующего в современной прессе.

Ко второй группе относятся такие гибридные жанры, в которых сочетаются черты собственно газетного жанра и жанров других функциональных сфер

⁵⁹ Сковородников А.П. Рефлексы постмодернистской стилистики в языке российских газет // Русская речь. 2004. № 6. С. 68–76.

⁶⁰ Понимая лингвостилистическую и лингвосемантическую неоднородность данных терминов, в данном случае мы их синонимизируем.

96 | (деловой, научной, художественной, бытовой и т.д.). К примеру, в последнее время часто, особенно в конце календарного года или в период предвыборных кампаний, можно встретить обзоры, оформленные в виде фрагментов энциклопедических словарей. Дается ряд слов или словосочетаний, которые затем как бы вписываются журналистом во временной контекст, что заставляет читателя вспоминать произошедшее и размышлять над значимостью событий, явлений, поступков и т.п., обозначенных данными словами. Подобное явление М.А. Кронгауз описал в своей книге «Русский язык на грани нервного срыва» в главе с говорящим названием «Лексикографический невроз, или Словарь как способ поговорить»⁶¹. К примеру, *«Живот мальчика – часть тела, которую поцеловал президент России. Инцидент произошел во время пешей прогулки президента по Соборной площади Кремля: увидев совершенно незнакомого мальчика Никиту, президент наклонился, задрал ему футболку и подарил животу поцелуй...»* («Большой город», 13 декабря 2006 г.). Данное понятие помещено в ряду прочих, отражающих заметные события 2006 года.

Часто для новых гибридных жанров не существует терминологического обозначения. В качестве примера можно привести текст из «Литературной газеты»⁶²: «Авиационные аварии и катастрофы последнего времени, вызванные зачастую неумеренной эксплуатацией измученной летной техники с целью получения финансового или какого-то другого эффекта, отзываются горькой болью в душах всех, кто относится к авиации с доверием, любовью и гордостью.

То пожар, то глохнет двигатель, то гибель!..

Видно, в черством нашем времени крутом

Первым делом, первым делом стала прибыль!

Ну а техника? А техника потом).

В данном случае первая часть текста представляет собой реплику (газетный жанр), вторая – эпиграмму (литературный жанр). Сочетаются также прозаическая и поэтическая формы. При этом в стихотворной части содержится явная аллюзия к песне из известного советского кинофильма. А.П. Сковородников называет этот жанр блицэпиграммой⁶³, что, на наш взгляд, не совсем точно обозначает жанровую специфику.

И первая, и вторая группы жанров содержат гибридные жанровые образования, построенные на основе отклонения от статистической и стилистической норм с целью оказания особого воздействия на адресата сообщений.

⁶¹ Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. М., 2009.

⁶² Пример заимствован у А.П. Сковородникова: Сковородников А.П. Рефлексы постмодернистской стилистики в языке российских газет // Русская речь. 2004. № 6. С. 68–76.

⁶³ Сковородников А.П. Рефлексы постмодернистской стилистики в языке российских газет // Русская речь. 2004. № 6. С. 68–76.

Подобные случаи свидетельствуют о том, что игровое начало прочно проникло в язык современной российской прессы и реализуется там не только за счет особого использования языковых единиц разных уровней, но и за счет особого построения текста, за счет игры с его жанровой формой.

Таким образом, изменения, происходящие в жанровой подсистеме газеты, касаются в большей степени периферийных зон. Часть жанров (в настоящее время это, например, сатирические и комические жанры) из области периферии сдвигается к ядру, образуются гибридные жанровые формы, которые можно рассматривать через призму языковой игры.

Еще одна не решенная однозначно проблема – количество групп жанров журналистики, их иерархии. В ряде зарубежных источников жанры журналистики подразделяются на две группы: информационные жанры и собственно публицистические. Первые характеризуются более жесткими стандартами оформления, нейтральными стилистическими средствами. Для второй группы характерно широкое употребление выразительных средств языка, достаточно высокая степень свободы в речевом воплощении жанра (не все жанровые признаки обязательны).

В ряде отечественных источников в качестве отдельных групп жанров выделяются юмористические, сатирические, комические и т.п. Очевидно, что в такой ситуации требуется установление иерархии жанровых групп. Но решение этой проблемы возможно при четком разграничении таких категорий, как «юмористическое», «сатирическое», «комическое». Если же вписывать данные группы в самую распространенную классификацию, включающую информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры, то, скорее всего, и комические, и сатирические жанры следует отнести к группе художественно-публицистических. Вопрос же, касающийся «места» отдельных жанров (напр., сатирической заметки, комментария, интервью и т.п.), остается открытым. Определить, к какой группе (информационной или художественно-публицистической; информационной или аналитической; аналитической или художественно-публицистической) следует отнести тот или иной текст, оказывается действием крайне сложным. У перечисленных и некоторых других жанров могут быть и информационные, и аналитические модификации. Кроме того, каждый конкретный текст может совмещать черты разных групп жанров.

Таким образом подвижность жанровой системы газетной публицистики проявляется:

- в появлении новых жанров;
- в смешении жанров;
- в трансформации существующих жанров.

К примеру, диссертационное исследование Т.И. Дамм «Малоформатные комические речевые жанры современной российской газеты (лингвостилисти-

ческий аспект)»⁶⁴ как раз и посвящено новым речевым жанрам. В частности, в данной работе содержится описание таких газетных жанров, как анекдот, комическая цитата, частушка (как жанр газеты), фразы (стихотворения в оценочно-развлекательной функции), комическая максима, комическая паремия, шуточный комментарий и мн. др.

Смешение жанров – процесс постоянный, отмеченный в многочисленных исследованиях последних лет. Элементарный речевой опыт подсказывает, что реальный современный газетный текст включает в себя несколько жанровых форм, причем разных жанровых групп. Так, статья (аналитический жанр), как правило, сопровождается справочными сведениями о проблеме или действующих лицах материала (информационный жанр), комментариями экспертов (аналитический жанр), мнениями читателей и т. д. и т. п.

Трансформация существующих жанров газетной журналистики также налицо. Под влиянием внешних (экстралингвистических) и внутренних (лингвистических, связанных в первую очередь с перестройкой стилистической системы языка) факторов происходит изменение как формальных, так и содержательных характеристик жанров.

Влияние интернет-коммуникации на изменения в жанрово-стилистической системе русского языка

Сегодняшние коммуникативные реалии таковы, что традиционные формы общения – устная и письменная – начинают серьезно конкурировать с новой формой – устно-письменной, которая имеет свое выражение в поликодовых текстах. По сути, мы имеем дело с ситуацией, когда фактура текста (поверхность, на которой располагаются письменные знаки) начинает влиять на характер текста, его языковое и стилевое оформление. Как метко заметил В. Г. Костомаров, «экран, в сущности, отличается от бумаги не больше, чем бумага от бересты». Однако арсенал средств выражения и передачи смыслов в интернет-коммуникации, в экранном (дисплейном) тексте значительно шире. Он включает в себя аудио- и видеозаписи, тексты в электронном виде, теле- и кинофильмы, компакт-диски и флеш-карты, проекторы, дисплеи компьютеров, планшетов и смартфонов и т. д. и т. п.

Совершенствование техники существенно расширяет тематику и содержание текстов, имеющих звуковую фиксацию. Музыка, развлекательные художественные произведения дополняются познавательными беседами, лекциями, документальными и агитаторскими выступлениями. Тексты звучащие выходят из сферы межличностного общения и охватывают групповую и массовую коммуникацию.

⁶⁴ Дамм Т. И. Малоформатные комические речевые жанры современной российской газеты (лингвостилистический аспект). Дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2003.

«Изобретение нового совсем не обязательно ведет к забвению старого. Вопрос о замене какой-либо формы просто не может возникать не только потому, что все они стали возможны и развиваются с постоянной оглядкой на письменность и рожденную ею книжность. Все формы (будущее, возможно, принесет и какие-то сегодня невообразимые) просто не могут не сосуществовать в мире, дополняя друг друга на электронно-экранной или иной объединительной площадке для воспитания полноценных людей. Разум велит верить в то, что расширение возможности выбора обогащает коммуникативную жизнь»⁶⁵.

Восприятие информации с экрана компьютера отличается от восприятия текста, зафиксированного на листе бумаги, часто не предполагает внимательного чтения, знакомство с текстом происходит «по диагонали». Для удобства «читателей» самая важная информация каким-то образом выделяется (шрифтом, цветом, с помощью рубрикации, отдельных вкладок на web-странице и другими способами), в текст добавляются гиперссылки, перейдя по которым можно получить более подробную информацию.

Тенденция к сокращению текста, характерная для электронной коммуникации, ставит некоторые вопросы, связанные как с понятием нормативности, отношению к тексту и его форме, так и вопросы жанрово-стилистического порядка.

Несмотря на тенденции к демократичности и относительной свободе в выборе этикетных формул, остается актуальным вопрос нормативности речевого общения в электронной среде, «поскольку абсолютно нерегулируемый коммуникативный процесс в большинстве случаев оказывается неэффективным»⁶⁶.

Проиллюстрируем обозначенные проблемы несколькими примерами. Первый из них – текст письма в Управление Президента Российской Федерации по работе с обращениями граждан и организаций, направленный по электронной почте⁶⁷.

Владимир Владимирович, доброго времени суток. Пишу Вам по поводу «пробела» в русском языке касательно обращения к незнакомому человеку. На мой взгляд, такой великой стране как наша необходимо иметь общепринятые обращения к женщинам и мужчинам, как например это есть во многих развитых странах, потому как в нашей стране на сегодняшний день в основном используются обращения по гендерному признаку, которые женщины часто воспринимают как оскорбление <...> Советские обращения «гражданин» и «гражданка» ушли в историю и остались только

⁶⁵ Костомаров В.Г. Рассуждение о формах текста в общении: Учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2014. С. 35.

⁶⁶ Интернет-коммуникация как новая речевая формация: Колл. монография / Науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М., 2014. С. 175–176.

⁶⁷ Стилистика, орфография и пунктуация исходного текста сохранены.

100 | в документах, обращения царских времен «сударь» и «сударыня» также не применяются, в связи с чем предлагаю объявить всероссийский конкурс на самое лучшее обращение к замужней и незамужней женщине, мужчине или юноше. Народным голосованием отобрать лучшие и утвердить соответствующим документом.

Оставим без комментария предложение объявления конкурса на лучшее обращение «с проведением народного голосования и утверждения соответствующим документом», поскольку это, на наш взгляд, вряд ли возможно, ведь подобные этикетные формулы вырабатываются в практике естественного общения. Однако стоит обратить внимание на довольно большое количество пунктуационных ошибок и обращение с приветствием высшего должностного лица государства «Владимир Владимирович, доброго времени суток». Данная конструкция неудачна с точки зрения норм лексической сочетаемости (в отличие от *Доброй ночи!*). И, конечно же, ее не следует употреблять в адрес президента, т. к. она является разговорной, задает дружески-фамильярную тональность и нарушает нормы официального этикета.

Следующий пример свидетельствует о свободном отношении к текстам, размещаемым на официальных интернет-ресурсах. Ниже приведен небольшой отрывок из Послания Президента Федеральному Собранию 3 декабря 2015 года, размещенному на официальном сайте главы государства (<http://www.kremlin.ru/events/president/news/50864>).

Опросы показывают, что предприниматели пока не видят качественных подвижек в деятельности контрольных и надзорных ведомств. Все поручения на этот счет давно и не единожды даны. Уж сколько мы говорим на этот счет, все сокращаем и сокращаем эти полномочия. Где-то сокращаем, они где-то опять вырастают. Целая армия контролеров по-прежнему мешает работать добросовестному бизнесу. Это не значит, что контролировать не нужно. Конечно, надо контролировать <...>

Вот уже три года подряд в России отмечается естественный прирост населения. Да, он небольшой пока, но он есть. Что хочу подчеркнуть? По всем прогнозам, мы уже должны были бы сползти в новую демографическую яму, через поколение прозвучало бы эхо 90-х, о чем нам говорили и что предрекали специалисты-демографы <...> Семьи хотят растить детей, верят в их будущее, верят в свою страну, рассчитывают на поддержку государства.

Текст насыщен разговорными конструкциями и повторами, употребляется разговорная лексика (*подвижки*) и т. п. элементы. Публикация официального текста в таком виде была невозможна 10–15 лет назад. Тогда текст приводился в соответствие с нормами официально-делового стиля. Таким образом, изменение характера коммуникации существенно влияет и на отношение к форме текста.

Показателен и другой пример, который приводит в книге «Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики» В. Г. Костомаров.

В данном случае мы имеем дело с текстом, в котором причудливым образом сочетаются разностилевые элементы, литературная (книжная) лексика соседствует с разговорной, просторечной и жаргонной, а структура текста отражает авторскую попытку представления некой классификации. Между тем однозначно определить жанровую принадлежность этого опуса сложно.

В столице около 300 ночных клубов различной ориентации. По данным ВЦИОМ, их регулярно посещают 13 процентов людей от 15 до 35 лет. Все возможности для dolce far niente – сладостного безделья и романтических знакомств – налицо... Для начинающего клуббера очень важно уметь сориентироваться в ночной жизни и понять, кто где тусуется и где кого можно склеить. Иначе говоря – определить свой формат...

Пафосные. «Цепелин» – самое веселое из пафосных мест. Попасть туда теоретически можно – вход по клубным картам. Но практически далеко не все проходят фейс-контроль. Если на вас неправильный прикид, если вы не похожи на культового московского фрика Владимира Монро, пройти его действительно сложно. В майке с Тушинского рынка туда лучшие и не соваться.

«Это клуб для своих!» – говорит вменяемого вида вышибала. Тусуются здесь успешные молодые снобы до 25 лет. В основном разнообразные мажоры и их подружки, самостоятельные молодые мамы, подъезжающие на спортивных «Audi-TT», а также редакторы и сотрудники гламурных журналов...

Богемно-маргинальные. «О.Г.И.» – здесь можно встретить Татьяну Толстую, Пригова или Троицкого. Вгиковские барышни, обсуждающие Озона и Гая Ричи, филологини и журналистки, нюхающие табак, маргинальные поэты и художники, спонтанные танцы на дубовом столе под музыку Тома Уэйтса, клубы сигаретного дыма и дешевое красное домашнее вино. В книжном магазине – весь набор московского интеллектуала от Борхеса и Мураками до Фрая с Сорокиным. Народ охоч до общения, особенно ближе к часу ночи, когда градус повышается. Привлечь к себе внимание можно всякими неожиданными выходками, а также декламацией стихов, изложением парадоксальных философских концепций и разговорами о знакомствах в андеграундной тусовке... Еда вкусная и дешевая, 60–150 рублей. Вход бесплатный...

Студенческо-дискотечные. «Парк Авеню Диска» – большая дискотека в Доме культуры в Таганском парке. Этим все сказано. На трех этажах – бар «Отстой», танцпол «Лоходром» с русской попсой, бильярдные столы, сцены для выступлений поп-групп типа «Тату», детская игра «Лабиринт страсти!» и загадочные кабинки «индивидуальной релаксации», где крутят эротические ролики. Юные девушки накачиваются пивом по тридцатнику и с легкостью заводят знакомства...

Подобные в стилевом отношении тексты можно встретить и в молодежных изданиях, и в глянцевах журналах, и в интернет-источниках. Характерная

102 | для таких материалов иронично-небрежная манера изложения, на наш взгляд, является попыткой имитации разговорной речи и свидетельствует о новой форме текста, совмещающего в стилевом отношении черты книжно-письменного языка и языка разговорного.

В этом смысле интересны наблюдения Анны Козловой, изложенные в материале «Кто в домике? Лингвистическая деградация стала массовой, потому что считается «милой» на информационном портале Lenta.ru <https://lenta.ru/columns/2017/03/06/akozlova/>.

Маникюрша упорно хочет, чтобы я была девочкой. Чтобы вместо рук у меня были «ручки», вместо ног – «ножки», а «пальчики» она мне настоятельно советует помассировать «скрабиком». Полагаю, ее так научили. Ее и еще штук двадцать теток разного возраста и национальности согнали в подсобку салона и прочитали лекцию о том, что клиентки приходят сюда не для того, чтобы накрасить ногти, а чтобы о них позаботились. А у нас в России это известное дело – чтобы о тебе позаботились, надо выпучивать глазки и надуть губки, болтать ножками и рассказывать мужикам, что ты не знаешь, как перейти с кольцевой на радиальную. Заботятся только о маленьких, если ты взрослая, с ногами, руками и пальцами – то всякий человек тебе волк, так уж повелось.

По радио, которое звучит у меня в машине, слушателей призывают вести здоровый образ жизни и заниматься зимними видами спорта в парке Яхрома. «Вчера у нас состоялись традиционные покатушки!» – сообщает ведущая. Прямо передо мной стоит корейский джип с розовой наклейкой на заднем стекле. «Спасибо за дочу!» – благодарит наклейка.

В нотариальной конторе, где мне нужно заверить разрешение на выезд с ребенком, iPhone 7 Plus, выложенный нотариусом на стол, берет на себя функции Вергилия и проводит меня в жизнь этой немолодой уже женщины. Не спрашивая, правда, хочу ли я туда попасть. Сначала звонит «Федронька», потом «Сеструля». У меня возникает стойкое ощущение, что нотариус приходит на работу из какого-то мультфильма, где вокруг нее водят хоровод Федронька с Сеструлей, а на лужайке резвятся «бэмби».

Впрочем, это ощущение возникает у меня почти постоянно: от огромной афиши «АМ НЯМ» в витрине приличного вроде бы кафе, от сообщения «Спасибо вам за ржаку!» – оставленного незнакомым мужчиной под моим постом в Facebook, от родительского собрания, на котором классный руководитель приветствует собравшихся словами: «Добрый вечер, мамочки и папочки!» После собрания, кстати, «мамочки» и отдельные «папочки» делятся впечатлениями на лестнице, и ясно, что классный им понравился, он очень неформальный и милый, считают они.

Наверное, в этом ключ. Лингвистическая деградация стала такой массовой, потому что считается милой. Что-то такое доброе в ней есть,

как в детстве. Вообще, впадание в детство часто характерно для людей с психологическими проблемами, по науке это называется «регресс». Когда, скажем, мамочка с папочкой решают развестись или кто-то один из них решает (что хуже), ребенок укрывается от этой неприятной правды в прошлом. Ему хочется вернуться туда, где он еще не умел включать свет в туалете. Детство означает отсутствие ответственности, фактически невменяемость. Для ребенка, который не понимает, что такое развод, он совершенно не страшен.

Если вообразить, что для всего нашего народа государство и есть мать, а отца мы никогда не видели, все эти «ржаки», «дочки» и «нямки» обретают совсем другой и не такой уж безобидный смысл. Общество массово, весело и задорно регрессирует, назначая детсадовскую коммуникацию в качестве официальной. Выглядит это столь же абсурдно, сколь страшно.

Опять гора трупов в Авдеевке? Опять разорванные дети Сирии? Не знаем, не видели, у нас покатушки, а потом пивасик, трататушки-тратата. Неужели упал еще один самолет? Кто погиб? Сколько погибло? А мы в домике! Дочу в капустке нашли, теперь на развивашки ходим! Что вы, кстати, думаете о передаче Исаакиевского собора РПЦ? Поздравляем с наслаждением, со святым Богоявлением, счастья, света и добра, чтобы ладились дела! Храни вас Господь!

Ну да. И вас храни. И дочу вашу храни, и корейский джип, из которого вы делитесь со мной своей радостью. Даже традиционное наше, неотъемлемое наше утешение – водку не обошел стороной мультипликационный процесс. «Белочка», водка «Мягенькая» и, моя любимая, «Добрый медведь». У витрины возникает настоящая диссоциация. Разве можно нажраться «Добрым медведем»? Или мучиться похмельем после «Белочки»? Да нет, конечно! Все будет шикардос, наливай, за дочу!

Язык, к сожалению, так устроен, что его невозможно обмануть. Невозможно направить в «нужное русло». В китайской медицине язык – это карта организма, если вы придете к китайскому доктору, он не будет слушать ваши жалобы, первым делом он попросит вас показать язык. Это символично, язык является лакмусом процессов, которые происходят в обществе, и сегодня русский язык демонстрирует всеобщий откат в ясельную группу с отчетливой анальной фиксацией.

Это не хорошо и не плохо, это может раздражать, но нельзя не признавать, что сегодняшняя реальность такова. Люди общаются смайликами, стишками-пирожками и провоцируют друг у друга «полный хохотач» с помощью рассылки «видосов», в которых кот не рассчитал траекторию прыжка на подоконник и свалил горшок с геранью. Людям слишком страшно находиться в мире, где идет война непонятно с кем, за что и почему. Люди боятся неадекватных лозунгов власти, как дети, живущие в семье

104 | *алкоголиков, люди хотят контролировать хотя бы то, что они могут. Но жизнь каждый день показывает им, что могут они совсем мало, практически ничего. И тогда приходит осознание, что лучше укрыться в домике. Как в детстве.*

Надежда лишь на то, что детская психика пластична. После развода родителей, когда все оторались, отрыдались и затихли, ребенок постепенно вспоминает, как включать свет в туалете, и довольно быстро наверстывает все, что пропустил. Я не знаю, когда уйдет страх и уйдет ли он вообще, но я знаю, что единственный способ принять страх – это повзрослеть. Только взрослый человек отдает себе отчет в том, что он боится, и только, осознав это, он может что-то делать: менять окружающую действительность или свое отношение к ней. Ребенок к этому не приспособлен, ребенок прячется в домике.

Если не учитывать авторские оценки, а посмотреть на представленный текст с точки зрения его стилистических и жанровых характеристик, то мы видим характерные для современной коммуникации черты: здесь и повышенная степень разговорности, которая выражена лексическими, словообразовательными и грамматическими средствами, и характерный для публикаций в Интернете так называемый стеб, и жаргонизмы, и, конечно же, высокая степень диалогичности и постоянные апелляции к адресату.

Обозначенные проблемы связаны, на наш взгляд, с изменениями, происходящими в самом характере коммуникации, приводящими к трансформациям в мировоззренческой части речевой этики, в жанрово-стилистической системе русского языка, а также в отношении к продуцируемым текстам самих говорящих. Думается, что в своем развитии интернет-коммуникация рано или поздно выработает нормы, которые, конечно же, не будут носить такого жесткого характера, как нормы письменной речи. Вместе с тем следует констатировать и существенные сдвиги функционального плана, которые выражаются в диффузии границ между традиционными стилями, между жанрами, обслуживающими различные коммуникативные сферы.

Литература

1. Анисимова Т.В. О принципах классификации риторических жанров // Речевое общение: Специализированный вестник / Краснояр. гос. ун-т; Под ред. А.П. Сковородникова. Вып. 2(10). Красноярск, 2000. С. 43–48.
2. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. или Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Бахтин М.М. Собрание сочинений. Т. 5: Работы 1940-х – начала 1960-х гг. М.: Русские словари, 1997. С. 159–207.
3. Береговская Э.М. Принцип организации текста как игровой момент // Русская филология. Ученые записки Смоленского гос. пед. ун-та. Смоленск, 1999.

4. Вакуров В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я. *Стилистика газетных жанров*: Учеб. пособие. М.: Высшая школа, 1978. 183 с.
5. Вежбицкая А. *Речевые жанры* // *Жанры речи*: Сб. науч. ст. Саратов, 1997.
6. Гольдин В.Е. *Проблемы жанроведения* // *Жанры речи*: Сб. науч. ст. Саратов: Изд-во государственного учебно-научного центра «Колледж», 1999. С. 4–6.
7. Гольдин В.Е., Сиротинина О.Б., Ягубова М.А. *Русский язык и культура речи*. 2-е изд., стереотип. М., 2003. 216 с.
8. Дамм Т.И. *Малоформатные комические речевые жанры современной российской газеты (лингвостилистический аспект)*. Дис. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2003.
9. Дементьев В.В. *Изучение речевых жанров. Обзор работ в современной русистике* // *Вопросы языкознания*. 1997. № 3. С. 109–121.
10. Дементьев В.В. *Теория речевых жанров*. М.: Знак, 2010.
11. Дубровская О.Н. *Сложные речевые события и речевые жанры* // *Жанры речи*: Сб. науч. ст. Саратов: Изд-во государственного учебно-научного центра «Колледж», 1999. С. 101–106.
12. Дускаева Л.Р. *Принципы типологии газетных речевых жанров* // *Язык современной публицистики*: Сб. ст. / Сост. Г.Я. Солганик. М., 2005. С. 115–143.
13. Елисеев И.А., Полякова Л.Г. *Словарь литературоведческих терминов*. Ростов н/Д: Феникс, 2002.
14. *Жанры советской газеты*: Учеб. пособие. М.: Высшая школа, 1972. 424 с.
15. Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. *Языковая игра* // *Русская разговорная речь*: Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. М., 1983. С. 172–214.
16. Иванов Л.Ю. *Коммуникативная ситуация* // *Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник* / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 252–253.
17. *Интернет-коммуникация как новая речевая формация*: Колл. монография / Науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М., 2014.
18. Ким М.Н. *Жанры современной журналистики*. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. 336 с.
19. Кожина М.Н. *Полевая структура функционального стиля* // *стилистический энциклопедический словарь* / Под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 290.
20. Кожина М.Н. *Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы)* // *Жанры речи*: Сб. науч. ст. Саратов: Изд-во государственного учебно-научного центра «Колледж», 1999. С. 55–65.
21. Костомаров В.Г. *Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики*. М.: Гардарики, 2005. 287 с.

- 106 | 22. Костомаров В.Г. Рассуждение о формах текста в общении: Учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2014. 96 с.
23. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. М., 1971.
24. Костомаров В.Г. Язык текущего момента: понятие правильности. СПб.: Златоуст, 2014. 220 с.
25. Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. М., 2009.
26. Крылова О.А., Со Ын Ен. Понятие жанра: принципы выделения и изучения жанров речи // Лингводидактический поиск на рубеже веков: Юбилейный сб. М., 2000. С. 97–112.
27. Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник / Под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева. М.: Флинта: Наука, 2003. 840 с.
28. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000.
29. Пронин Е.И. Выразительные средства журналистики: Учеб.-метод. пособие. М.: МГУ, 1980. 92 с.
30. Рахимкулова Г.Ф. Игровое пространство в современных медиатекстах // Язык как система и деятельность: Материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 80-летию проф. Ю.А. Гвоздарева. Дополнения. Ростов н/Д.: ООО «Сигма», 2005. С. 33–37.
31. Салимовский В.А. Речевой жанр // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 352–354.
32. Сиротинина О.Б. Некоторые размышления по поводу терминов «речевой жанр» и «риторический жанр» // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов, 1999. С. 26–31.
33. Скворцов А.Э. Языковая и литературная игра как ведущий элемент стиля // <http://levin.rinet.ru/ABOUT/skvortsov.html>
34. Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии // Риторика–Лингвистика. Вып. 5. Смоленск: СГПУ, 2004. С. 5–12.
35. Сковородников А.П. Рефлексы постмодернистской стилистики в языке российских газет // Русская речь, 2004. № 6. С. 68–76.
36. Сковородников А.П. Фигуры речи в современной российской прессе // Филологические науки. 2001. № 3. С. 74–80.
37. Современная газетная публицистика: Проблемы стиля. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1987. 120 с.
38. Социальная практика и журналистский текст / Под ред. Я.Н. Засурского, Е.И. Пронина. М.: Изд-во МГУ, 1990. 176 с.
39. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учеб. пособие. М., 2002. 320 с.

40. Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // Филологические науки. 2001. № 3. С. 56–65.
41. Федосюк М.Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи // Жанры речи. Саратов, 1997. С. 66–86.
42. Федосюк М.Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания. 1997. № 5. С. 102–120.
43. Хализев В.Е. Теория литературы: Учебник. 3-е изд., испр. и доп. М.: Высшая школа, 2002.
44. Шарифуллин Б.Я. Речевые жанры: проблемы теории и практики // Русский язык: Теория. История. Риторика. Методика: материалы науч.-метод. чтений памяти проф. Р.Т. Гриб / Под ред. Б.Я. Шарифуллина. Красноярск, 2003. Вып. 3. С. 35–39.
45. Шерстяных И.В. Теория речевых жанров: лекционно-практический курс / И.В. Шерстяных. М.: Флинта: Наука, 2013.
46. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов, 1997. С. 88–98.
47. Шмелева Т.В. Речевой жанр. Возможности описания и использования в преподавании языка // Russistik. Русистика. Берлин. 1990. № 2.
48. Щербаков А.В. О разграничении понятий «речевой жанр» и «риторический жанр» // Толерантность и коммуникативная культура педагога: Материалы Всероссийской научно-практической конференции / Под ред. А.П. Сковородникова. Красноярск, 2005. С. 140–147.
49. Щербаков А.В. О системном представлении жанрового поля языка/речи (на материале газетно-публицистических жанров) // Речевое общение: специализированный вестник / Краснояр. гос. ун-т; Под ред. А.П. Сковородникова. Вып. 8–9 (16–17). Красноярск, 2006. С. 128–133.
50. Щербаков А.В. Речевой жанр и смежные понятия // Стереотипность и творчество в тексте: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 9 (по материалам Междунар. науч. конф.) / Отв. ред. М.П. Котюрова; Перм. ун-т. Пермь, 2005. С. 236–240.
51. Щербаков А.В. Система газетных жанров: традиционная классификация и текстовая реальность // Современная филология: актуальные проблемы, теория и практика: Сб. материалов междунар. науч. конф. Красноярск, 21–23 сентября 2005 года / Отв. ред. А.П. Сковородников; Красноярский гос. ун-т. Красноярск, 2005. С. 100–106.

Культура современной деловой речи и основы профессионально- делового общения

Практически все дела начинаются, осуществляются и завершаются при помощи речевых взаимодействий между людьми. В жизни любой организации или предприятия такие виды делового общения, как деловые беседы, совещания, телефонная коммуникация, занимают важное место.

Между собой их сближают такие моменты, как ориентация на интересы работы, спланированность, некоторый формализм языка, т.е. все то, что придает деловой характер этим речевым взаимодействиям. Вместе с тем деловые беседы, деловые совещания и телефонные разговоры можно рассматривать как самостоятельные виды деловой коммуникации. Они отличаются друг от друга не только целями, ради которых проводятся, формой контакта, но и числом участников, что предопределяет социально-психологические особенности их организации и проведения [1].

Обычно общением называют «...процесс установления и развития контактов между людьми, обусловленный потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека» [2].

В общении выделяют три аспекта, или три стороны: коммуникативный аспект (коммуникацию) – обмен информацией, интерактивный (интеракцию) – социальное взаимодействие и перцептивный (перцепцию) – восприятие и понимание людей.

Можно выделить различные формы и виды общения в зависимости от основания классификации:

- 1) активность субъектов и их количество
- 2) опосредованность техническими средствами
- 3) дистанция (в том числе психологическая) между коммуникантами
- 4) социально-профессиональный статус участников
- 5) форма реализации языка (устная – письменная) и некоторые другие.

Общение в широком смысле слова не обязательно означает совместную деятельность. Взаимосвязь, контакт между людьми может реализоваться в понимании, сочувствии, сопереживании, как, например, в дружеских отношениях. Общением можно считать и красноречивое молчание влюбленных, и сцену безмолвного примирения супругов.

В узком же смысле слова общение – это взаимодействие людей, имеющих общие или взаимодополняющие интересы либо потребности. Потребностью

называют нужду, необходимость в чем-либо. Осознанные потребности представляют собой интересы человека. Например, потребность в переквалификации вызывает интерес к курсам, где обучают новым специальностям. Поступив на курсы, человек начинает общаться с преподавателями, слушателями и др.

Деловые контакты образуются между людьми, которых связывают интересы какого-либо определенного дела. Деловое общение всегда имеет целевую направленность. В отличие от дружеского «деловое общение – это вид межличностного общения, направленного на достижение какой-то предметной договоренности» [3].

Важнейшая особенность делового общения состоит в том, что нужно уметь строить отношения с разными людьми, добиваясь максимальной эффективности деловых контактов. Еще одна особенность делового общения: вступая в деловой контакт, мы должны отчетливо представлять, что партнера по общению интересует прежде всего то, насколько мы ему можем быть полезны. Поэтому важным моментом является понимание специфики делового общения. В настоящее время для руководителя любого предприятия особо важно обеспечивать успех какого-то дела, создавать условие для сотрудничества людей, чтобы осуществить значимые для них цели, содействовать установлению и развитию отношений сотрудничества и партнерства между коллегами по работе, партнерами, соперниками и конкурентами. Именно знание культуры и особенностей делового общения способствует хорошей реализации этих планов руководителя и значительно облегчает решение многих профессиональных вопросов. От того, насколько грамотно построено общение, зависит результативность переговоров, морально-психологический климат в организации. Современное представление о культуре общения включает в это понятие соблюдение не только языковых, но и этических норм, разграничение норм использования языка в сферах и формах. С человеком высокой речевой культуры говорить легко и приятно. Если это деловой человек, ему удаются различные контакты и переговоры, ему удается убеждать людей в своей правоте и влиять на собеседников, он может сам составить или отредактировать документ, написать благодарность или презентационную речь. И это важнейшие составляющие профессионального облика делового человека.

Одно из значений слова «культура» – «уровень развития какой-либо отрасли хозяйственной или умственной деятельности» [4].

Под культурой делового общения следует понимать высокий уровень умения общаться в деловом мире.

Из приведенного выше определения общения следует, что культура делового общения предполагает:

1) высокую коммуникативную культуру, то есть искусство говорить (в том числе публично) и слушать

- 2) умение объективно воспринимать и правильно понимать партнера
- 3) умение строить отношения с любым партнером, добиваться эффективного взаимодействия на основе обоюдных интересов.

Профессионально-деловое общение в широком смысле представляет собой профессиональную коммуникативную форму деятельности. В любой производственной и непроизводственной сфере люди неизбежно вынуждены вступать в общение с целью организации взаимодействия, решения конкретных задач и достижения общего результата. По некоторым данным, 63 % английских, 73 % американских и 85 % японских руководителей выделяют общение как главное условие эффективной работы компании и тратят на коммуникации от 50 до 90 % рабочего времени. Таким образом, деловое общение – это сложный многоплановый процесс установления и развития профессиональных и деловых контактов между людьми, осуществляемое знаковыми средствами взаимодействие субъектов, которое порождается потребностью в совместной деятельности и включает в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека и оказание влияния на него [5].

Стороны делового общения взаимосвязаны: умение правильно воспринимать и принимать партнера или аудиторию помогает найти нужные доводы, а владение ораторским искусством – их изложить. Все это необходимо для успешного делового контакта, в ходе которого проявляется умение взаимодействовать с партнером: преодолевать барьеры в общении, занять нужную психологическую позицию, выйти на соответствующий уровень общения и т.п. В идеале деловой человек должен равно владеть всеми сторонами общения в деловом мире.

Пониманию сути делового общения способствует схема структуры общения (рис. 1). Эта же схема упрощенно отражает процесс публичного выступления, который с полным основанием считается специфическим видом делового общения. Ведь и в этом случае людей связывают общие интересы их дела. Аудиорию можно назвать коллективным собеседником. Благодаря явлению подражания поведению людей в коллективе, а также реакции психического заражения аудитория часто ведет себя как один человек. Конечно, есть особенности в общении с единственным собеседником и коллективным. Но сам процесс общения в обоих случаях имеет одинаковую структуру.



Рисунок. 1. Схема процесса общения

В общение вступают субъекты А и Б. Предположим, А обращается к Б. Это может быть деловое предложение, а если Б символизирует группу людей – сообщение или доклад. Воздействие А вызывает реакцию у Б. А учитывает реакцию Б и корректирует свою речь. Б снова реагирует, и общение продолжается. О таком процессе говорят как о системе с обратной связью.

Вступая в контакт, А и Б хотят плодотворного взаимодействия, определенного результата. Практика показывает, что всегда при прочих равных условиях предпочтение отдается тому, кто обнаруживает высокий уровень умения общаться в деловом мире.

Это значит, что партнер А:

1) является компетентным специалистом и производит хорошее впечатление на своего партнера Б, имеет привлекательный имидж (блок 1 схемы)

2) подготовил такое деловое предложение или выступление, которое способно заинтересовать партнера или аудиторию (блок 2 – удачное содержание выступления)

3) в совершенстве владеет ораторским искусством, то есть смог найти наилучшую форму выражения содержания своего сообщения для конкретных собеседников или аудитории (блок 3)

4) умеет правильно выбрать и объективно оценить партнера или аудиторию (блок 4)

5) ведет разговор при благоприятных условиях.

Подлинная культура делового общения предполагает и высокую этическую культуру, умение видеть в деловом партнере не только нужную тебе, но и интересную, полноценную личность.

Принципам деловой этики и вытекающим из них правилам делового этикета посвящены многочисленные исследования российских и зарубежных специалистов. Первой и самой важной ценностью специалист по этике и психологии бизнеса профессор Ф. А. Кузин называет честность и порядочность в деловых отношениях. Другой основополагающий принцип деловых взаимосвязей – терпимость.

Отметим также необходимость тактичности, справедливости, требовательности к себе, принципиальности и уважения к мнению других в деловых контактах.

Таким образом, говоря о культуре делового общения, имеют в виду и определенное «качество» общения, умение создать благоприятную атмосферу делового разговора, способствующую взаимопониманию и взаимодействию.

Выступление на совещании, заключение договора, посредническая и рекламная деятельность – все это требует красноречия – умения ясно и убедительно выражать свои мысли. Косноязычному бизнесмену трудно сделать карьеру. Известный американский оратор Фрэнк Снелл призывает: «Не допускайте того, чтобы через ваши речевые недостатки собеседники

112 | нарисовали ложную картину ваших способностей. Заставьте вашу речь работать на вас» [6].

Профессионально-деловое общение может протекать в трех основных формах: монологической, когда процесс говорения осуществляется главным образом одним субъектом, диалогической – происходит взаимный обмен сообщениями и полилогической, когда в процессе общения принимает участие более двух коммуникантов. Основной формой организации делового взаимодействия считается диалог. Деловое общение может осуществляться непосредственно и быть опосредованным различными техническими средствами: телефоном, факсом, Интернетом и т.д. [7].

Устная деловая речь, подобно письменной, характеризуется определенным жанровым репертуаром: деловые беседы, совещания, собрания, переговоры, конференции, разнообразные деловые встречи, интервью, комментарии, консультации и т.д. Специфическими жанрами делового общения являются споры, дебаты, дискуссии, прения, которые, как правило, входят в качестве составных частей в такие формы общения, как совещания, собрания, конференции.

Успех делового общения, достижение результата в большой степени зависит от участников коммуникации, от их профессионализма и умения общаться (коммуникативной компетентности).

Термин «коммуникативная компетентность» означает развитие адекватной ориентации человека в самом себе – собственном психологическом потенциале, потенциале партнера, в ситуации и задаче и выражается в успешности решения коммуникативных задач в процессе совместной деятельности. В общем виде коммуникативная компетентность складывается из способностей:

- 1) давать социально-психологический прогноз коммуникативной ситуации, в которой предстоит общаться
- 2) социально-психологически программировать процесс общения, опираясь на своеобразие коммуникативной ситуации
- 3) осуществлять социально-психологическое управление процессами общения в коммуникативной ситуации [8].

Понятие коммуникативной компетентности является ключевым при определении деловых качеств специалистов в разных сферах деятельности, таких как сфера управления, туризм, педагогическая, юридическая деятельность, публик рилейшнз и т.д. Соответственно выделяются различные качества, способности, навыки и умения, определяющие данное понятие. В целом в коммуникативной компетентности можно выделить две составляющие: собственно психологические способности и умения и коммуникативно-речевые (или языковые).

Определяя необходимые коммуникативные умения руководителя, М.В. Колтунова исходит прежде всего из того, что основной составляющей его про-

фессиональной деятельности является речевая деятельность, поэтому основные признаки коммуникативной компетентности формулируются ею как умения руководителя эффективно строить речевое общение в деловом коллективе, а именно:

- умение формулировать цели и задачи делового общения, анализировать предмет общения, организовывать обсуждение, управлять общением, регламентировать его

- использование этикетных средств для достижения коммуникативных целей

- умение пользоваться различными тактиками и приемами для реализации выбранной стратегии

- умение вести беседу, собеседование, деловой разговор, спор, полемику, дискуссию, диалог, дебаты, прения, диспут, деловое совещание, переговоры

- умение анализировать конфликты, кризисные ситуации и разрешать их

- умение доказывать и обосновывать, аргументировать, опровергать, делать оценки

- умение перефразировать, тезировать, дефинировать, резюмировать, владение навыками номинализации, вербализации, авторизации

- умение переводить устную информацию в письменную, знаковую в словесную и наоборот

- грамотность как в использовании письменной речи, так и в использовании устной формы

- владение техникой речи, умение адекватно использовать тропы и риторические фигуры

- умение использовать слова для корректировки поведения собеседника [9].

Практически любое профессионально-деловое общение опосредовано речью, при помощи речи партнеры договариваются о сделках, обсуждают перспективы сотрудничества, добиваются выгодных контрактов или заставляют партнера изменить планы. Умение выражать свои идеи просто, ясно, доступно и убедительно, умение воздействовать речью на первый взгляд кажется достаточно простым и очевидным делом, и тем не менее, многие проблемы и негативные результаты являются именно следствием неумения правильно и адекватно ситуации построить диалог. Так, Н.М. Тимченко к основным причинам, затрудняющим передачу информации, относит следующие: неточность высказывания; несовершенство перекодирования мысли в слова; неуместное использование профессиональных терминов; чрезмерное использование иностранных слов; наличие смысловых разрывов и скачков мысли; витиеватость мысли; наличие логических противоречий [10].

Безусловно, для осуществления эффективного речевого управления коллективом важны не только коммуникативно-речевые умения, необходимы также и профессиональные знания, и личностные качества, и психологические

114 | знания, навыки и умения. К необходимым в различных сферах деятельности базовым коммуникативно-речевым умениям, рассматриваемым разными исследователями, можно отнести следующие:

- 1) владение нормами русского литературного языка
- 2) знание о риторических возможностях и умение ими пользоваться
- 3) владение правилами построения текста разной целевой направленности
- 4) умение слушать и осуществлять обратную связь
- 5) умение правильно задавать вопросы
- 6) владение приемами убеждения и внушения.

Высокий уровень речевых умений руководителя предполагает знание правил риторики и умение пользоваться ими в нужной ситуации. В ряде работ по деловому общению предлагаются риторические приемы, относящиеся к выразительной стороне речи, анализируются и объясняются тропы и фигуры, которые могут, сделав речь более мягкой, привлекательной, красивой, определенным образом воздействовать на партнера.

Немаловажным также является знание руководителем правил инвенции, обеспечивающих доброкачественность предметного содержания сообщения. Правила инвенции как искусства добывания и предварительной систематизации материала определяют точный выбор предмета разговора, помогают отсеять побочные предметы, систематизировать имеющиеся знания и сопоставить их с наличными знаниями других, определив, какие из них должны быть представлены в будущем обсуждении.

Большое место в деловой коммуникации занимают вопросы. Они широко используются для осуществления обратной связи, риторические вопросы – для организации текста сообщения, для активизации внимания. Кроме того, можно перечислить ряд важнейших целей делового общения, которые могут быть достигнуты с помощью правильно поставленных вопросов. Так, для получения необходимой информации используются информационные вопросы, для уточнения предмета, сужения темы – встречные, для подведения делового партнера к теме разговора при условии его отступления – направляющие, для понимания действительных целей собеседника – провокационные, для проверки понимания – контрольные и т.п. [11].

Важной составляющей коммуникативной компетентности руководителя делового коллектива является умение убеждать, доказывать, аргументировать. Безусловно, что корректная и эффективная аргументация должна основываться на законах логики: говорящий должен сохранять верность избранной теме, оперируя релевантными для данной темы аспектами (соблюдение «закона тождества»), не впадать в противоречия, одновременно утверждая и отрицая один и тот же тезис (соблюдение «закона противоречия» и «закона исключенного третьего»); высказывания говорящего должны основываться на достаточно надежных данных (соблюдение «закона достаточного основания»).

Эффективному деловому общению способствует хорошее владение прямыми и косвенными тактиками речевого воздействия, т.е. умение в зависимости от ситуации высказаться прямо и открыто, не нарушив этикета, или же выразить свои предложения непрямо, в виде намека, используя приемы фигурального выражения. Общие принципы аргументации, различных тактик и приемов доказательства, ведения дискуссий, споров, обсуждений достаточно полно разработаны и описаны в разделах риторики, и знакомство с ними может способствовать развитию и улучшению общей коммуникативной компетентности.

Таким образом, в общем виде коммуникативная компетенция, являясь необходимым компонентом успешного делового общения, представляет собой совокупность психологических качеств и речевых навыков и умений, которые можно формировать, развивать и тренировать в зависимости от сферы деятельности, конкретных задач и проблем.

В целом профессионально-деловое общение можно рассматривать как форму социально-речевого взаимодействия людей, необходимую для решения разнообразных производственно-управленческих задач. Деловое общение может протекать как в письменной, так и в устной форме. Письменное общение регламентируется в значительно большей степени, чем устное, так как осуществляется главным образом посредством текстов документов, имеющих юридическую силу. Документы оформляются в соответствии с имеющимися нормативами и отвечают требованиям официально-делового стиля. Устное деловое общение реализуется в различных жанрах – деловом разговоре, беседе, совещании, переговорах и т.д., которые также носят регламентированный характер, однако допускают большую свободу в выборе речевых средств выражения. Это позволяет некоторым исследователям рассматривать устную профессионально-деловую речь как особую функционально-стилевую разновидность. Тем не менее речевая и, шире, профессионально-коммуникативная составляющая делового общения имеет большое значение в осуществлении успешного делового общения, так как в целом определяет его результативность. Знания и умение вести себя адекватно целям и задачам общения в различных профессиональных ситуациях определяются степенью сформированности коммуникативной компетентности участников общения.

Литература

1. Русский язык и культура речи: Учеб. пособие / Под ред. В.И. Максимова. М., 2001. С. 54.
2. Краткий психологический словарь / Под ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. Ростов н/Д: Феникс, 1998. С. 229.
3. Практическая психология для менеджеров. М.: ИИД «Филинь», 1996. С. 130.

- 116 | 4. Словарь русского языка: в 4 т. / Под ред. А.П. Евгеньевой. Т. 2. 2-е изд., испр. и доп. М.: Русский язык. С. 148.
5. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма / Т.И. Власова, М.М. Данилова, А.П. Шарухин. М., 2005. С. 6.
6. Снелл Ф. Искусство делового общения / Френк Снелл. Пер. С.А. Стрельникова. М.: Знание, 1990. 64 с. (Новое в жизни, науке, технике. Серия «Лекторское мастерство»; № 4). С. 5.
7. Основы русской деловой речи: Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / Под ред. проф. В.В. Химики. 2-е изд. М.: Златоуст, 2012. С. 112.
8. Руденский Е.В. Социальная психология: Курс лекций. М.; Новосибирск, 1997; Петровская Л.А. Компетентность в общении. М., 1989. С. 187.
9. Колтунова М.В. Язык и деловое общение. Нормы, риторика, этикет: Учеб. пособие. М.: Экономическая литература, 2002. С. 10.
10. Тимченко Н.М. Тайны успеха делового общения. Как найти нужное слово в нужное время нужному человеку. СПб., 1995. С. 143.
11. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учеб. пособие. 2-е изд. М.: Знание, 2004. С. 92.

Медиа и межкультурная коммуникация: взаимопроникновение и совместное развитие

По мнению соседа-первоклассника,
Устарела в наш век вся классика,
Не надо петь, умиляться и плакать,
А надо хрюкать, визжать и квакать.

О. Григорьев

1. Понятийный аппарат системы «медиа – межкультурная коммуникация»

В XIV столетии английский логик Вильям Оккам сформулировал принцип «бритвы Оккама», заключающийся в исключении из объяснения всех предположений, не влияющих на рассматриваемую гипотезу или теорию. В наше время этот принцип более известен под названием принцип KISS (Keep It Simple, Stupid – «Не усложняй, болван!»). Воспользуемся данным принципом при раскрытии указанной темы.

Не сложилось еще и целостного системного представления о самой теории и практике коммуникативной деятельности. Будем понимать под «коммуникацией» (от лат. *communicatio* – сообщение) – общение, обмен информацией. Тогда коммуникация в медиа – совокупность различных видов общения в медийном сообществе, один из главных механизмов взаимодействия «авторов» и «читателей»; необходимое условие развития экосистемы медиа. Межкультурная коммуникация – связь и общение между представителями различных культур, для медиа – с помощью опосредованных форм коммуникации.

Тем самым, перефразируя определение А.П. Садохина [Садохин 2014], можно сказать, что межкультурная коммуникация в медиа есть совокупность разнообразных опосредованных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам. И, как обычно, вопрос заключается в том, что и как соотносит эти самые «различные» культуры.

Начнем с родной русской культуры, в которой слово «общение» фактически оказалось «вытесненным» иностранным словом «коммуникация», что может создать впечатление как об отсутствии их терминологического и концептуального единства в русском языке, так и отсутствии сохранения принципа преемственности в разработке столь модного сегодня коммуникативного направления. Это связано со многими причинами, в том числе

118 | и с использованием новых информационных технологий. С их помощью произошло переосмысление понятия «общение», вышедшего за рамки его узкого понимания как «межличностного общения», связанного в нашей российской ментальности чаще всего с беседами опять же на нашей «русской» кухне. Оно приобрело смыслы, связанные с социально обусловленным процессом обмена мыслями и эмоциями (как виртуальным проявлением чувств) между людьми в различных сферах, реализуемым, главным образом, при помощи вербальных средств коммуникации. Более того, с помощью различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных и других) стал возможен социально обусловленный и/или идеологически сформированный целенаправленный обмен информацией в условиях как межличностного, так и массового общения. Стала возможна собственно коммуникация.

В современном социокультурном пространстве, в котором, говоря языком М. Маклюэна, «все времена и пространства сразу», коммуникация, хотя и предполагает распространение всевозможной информации, но означая прежде всего «общение», не сводится к нему. Таким образом, это понятие уже изначально ориентирует на учет многообразия общения, его связующих, «сцепляющих людей воедино» свойств. И практически невозможно не понимать, что речь при этом идет о таких средствах, техническая мощь которых как бы сама собой призывает использовать их в глобально широких целях [Терин 1998].

Изучаются понятия коммуникации и межкультурной коммуникации, структура коммуникативного акта. Исследуются виды коммуникации; функции коммуникативных систем и модели коммуникации; основы процесса межкультурной коммуникации; методы исследования процесса межкультурной коммуникации в различных социальных сферах (в сфере менеджмента, бизнеса, образования). Освещается проблематика этнической, национальной, территориальной, социальной принадлежности коммуникантов и их личностных характеристик; лингвистические, психологические, психолингвистические, семиотические, семиосоциопсихологические составляющие теории межкультурной коммуникации. Расширяются исследовательские программы, связанные с изучением особенностей коммуникации в образовательной, производственной, политической и других социальных сферах, обеспечением информационных потоков в современном обществе как на межличностном, так и на глобальном уровне. В рамках международных проектов, в том числе виртуальных, исследуются особенности взаимодействия учеников и учителей, студентов и преподавателей в разных культурах, стили общения в учебной аудитории, природа межкультурных конфликтов и способы их разрешения (например, проект «Культурные ценности» \ Cultural Values).

Синергетический подход к рассмотрению предметной области теории и практики коммуникации позволил нам еще в 2002 году определить эту

область научных знаний, в том числе и ее терминологическое обеспечение, как самоорганизующуюся, саморазвивающуюся систему [Тузлукова, Богуславская 2002: 185–192]. Наиболее интересным оказалось абстрактно-логическое представление взаимосвязи и взаимозависимости составляющих ее элементов. Используя методы моделирования и конструирования, мы создали пространственно-графический образ предметной области «коммуникация». На рисунке 1 в виде трехгранной пирамиды представлена модель теории и практики коммуникации, позволяющая увидеть элементы системы в единстве и связи и лучше понять механизм взаимодействия элементов внутри системы, а, следовательно, проанализировать сам процесс ее прогрессивного развития.

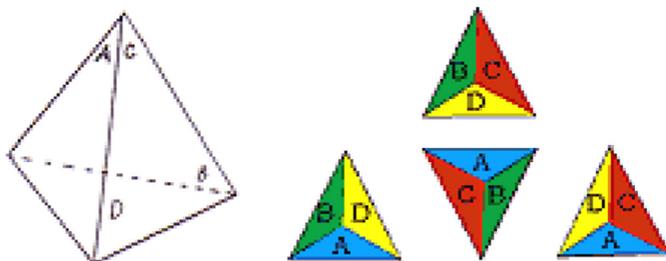


Рисунок 1.

Сложность моделирования заключалась в том, чтобы правильно определить наиболее важные (релевантные) в данном случае факторы и описать их влияние. Американский специалист в области коммуникации Дж. Пэриш-Спрол выделил несколько аспектов этой области, как то процесс, парадигмы, пертурбации и технологии. Мы не оспариваем количественного состава элементов коммуникации, однако собственное понимание содержания этих элементов заставило нас использовать более понятные и привычные для русской лингвистической школы термины. Сторона А – процесс коммуникации во всех его проявлениях, типах, особенностях, включая и коммуникаторов, их намерения, целеустановки, стратегии и тактики общения. Сторона В – модели или абстракции, теоретические представления о моделях коммуникативных ситуаций, типах коммуникации на основе самого широкого спектра возможных критериев, в том числе для вербальной и невербальной коммуникации, в том числе и коммуникации человека с человеком, человека и машины. Сторона С – реализации моделей, то есть практическая сторона процесса. Это наши наблюдения о том, как в конкретной коммуникативной ситуации реализовалась та или иная модель. Основанием пирамиды D являются технологии, средства, проводники, каналы как объективно существующие объекты, наши представления об их возможностях и опыт их использования. Названные элементы системы коммуникации гармонично сочетают в себе теорию и практику интересующей нас предметной области. Таким образом,

120 | мы воспроизводим объемное представление образа – концепта «коммуникация». Все стороны пирамиды – составляющие системы – находятся во взаимодействии. Взаимосвязь элементов показана на рисунке 2.

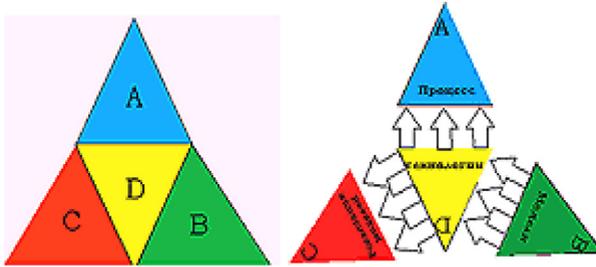


Рисунок 2.

Стрелками указаны направления взаимодействия, а точнее, взаимовлияния элементов друг на друга. Это влияние не стоит считать признанной нами иерархией элементов системы, однако легко заметить некую обусловленность цепочки от теоретических представлений и знаний о процессе коммуникации к практической стороне – к самому процессу коммуникации. Из элементов системы наиболее значимые в теоретическом аспекте, базовые это модели (абстракции) и технологии; практическая сторона вопроса связана с двумя другими элементами – процессом и реализациями моделей.

Пирамида в целом как самоорганизующаяся система коммуникации опирается на условную ось (рис. 3), которую мы обозначили как теорию коммуникации.

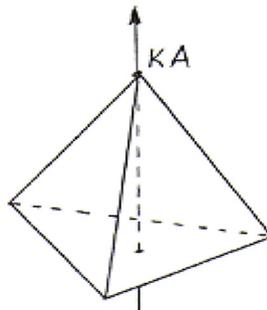


Рисунок 3.

Вершина пирамиды (КА – коммуникативный акт) является также значимой. Эта точка – результат взаимодействия и реализации всех элементов системы в конкретный момент исторического времени, в определенной точке пространства (здесь и сейчас), на определенном этапе развития социума и культуры, с определенной ситуацией общения (контакта) конкретных коммуникантов, то есть конкретный коммуникативный акт. Созданная нами

графическая абстрактно-логическая модель теории и практики коммуникации по своей сути представляет концептосферу коммуникации. На рисунке 4 мы показали внутреннее пространство пирамиды, где ось «теория коммуникации» как бы пронизывает лингвосоциокультурные факторы [Богуславская 2001: 97–102], определяющие возникновение, изменение, развитие самой теории и характер и особенности процесса коммуникации.

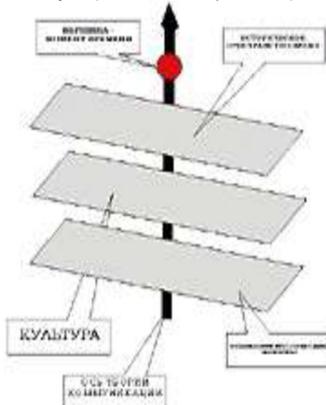


Рисунок 4.

Общеизвестно, что необходимость использования моделей возникает, когда получение решений на реальном объекте сложно или вообще невозможно. Меньшая сложность предлагаемой нами модели по сравнению с реальным объектом – теорией и практикой коммуникации – достигается тем, что она описывает только отдельные элементы, связи и функции реального объекта, которые влияют на решение поставленной нами задачи, вынесенной в название статьи. Предлагаемая модель носит дескриптивный характер и предназначена как для объяснения наблюдаемых факторов, влияющих на терминологию исследуемой предметной области, ее упорядочение и образование устойчивых структур, так и для прогноза ее будущего состояния [Тузлукова 2002]. Таким образом, с ее помощью можно ответить на вопросы, связанные с ее дальнейшим развитием в контексте анализа теоретических и прикладных аспектов коммуникативных процессов и реализаций коммуникативных моделей на основе различных средств и технологий в современных социокультурных и языковых реалиях.

2. Взаимообусловленность языка и культуры в системе «медиа – межкультурная коммуникация»

Признавая, что макромир и микромир развивается по единым законам, можно аргументированно утверждать, что и культура, создаваемая и познаваемая человеком, имеет вселенское значение. Понимание общности законов развития материи дает инструмент познания особенностей взаимо-

122 | превращений, рождение из хаоса, развития и гибели систем (разрушение и превращение в хаос), окружающих человека. При этом переход из хаоса к порядку и обратно сохраняет какие-то базовые элементы той или иной системы, например: отношения, которые регулируют поведение субъекта этих отношений, – образование, общество, природа, общее дело, базовые этические принципы взаимодействия.

В широком плане культура – это весь созданный людьми в прошлом, создаваемый и переживаемый в настоящем мир. Давайте помнить, что лучших результатов в своем развитии во все времена достигали сообщества, которые через своих лидеров, успешно и своевременно использовали элементы культуры, создавая свою систему отношений. Какую бы классификацию мы ни взяли, общей характеристикой будет деятельность людей по развитию человека, создание индивидуального «образа», обогащение культуры (во всяком случае, внутренней культуры человека).

Это, в свою очередь, означает, что российская культура никогда не будет американской, евразийской или какой-то другой. Но это же не означает и того, что она растворится в некой «всемирной» культуре. Она сохранит свою самостоятельность, оригинальность, но в то же время выработает способы интеграции с другими культурами. Этот исход зависит в основном оттого, что может внести российская культура в общую мировую копилку рецептов «взаимоСОдействия». Рискнем предположить, что перспектива развития культуры в современном мире – это взаимообогащение за счет синергии самых сильных сторон каждой культуры.

Термин «взаимосодействие» был введен П.К. Анохиным [Анохин 1997: 135] в качестве синонима слова «синергетика», пришедшего из греческого языка и означающего науку о сотрудничестве, кооперации. В синергетике мы изучаем связь между микроскопическим и макроскопическим уровнями системы. Эта междисциплинарная наука нацелена на выявление общих принципов эволюции и самоорганизации сложных систем в различных областях знания. Использование методов синергетики в медиа, на наш взгляд, лишь насущная потребность двигаться вперед за пределы традиционных подходов, искать новые пути применения современных достижений. Синергетические модели могут быть применены к пониманию человеческой активности и способов управления сложными социальными и человекомерными системами.

Развитие синергетики влечет за собой глубокие изменения в концептуальной сетке, посредством которой мы постигаем мир. Формируется новое синергетическое видение мира. Это означает смену парадигмы, радикальный концептуальный переход от бытия к становлению, от стабильности к самоподдерживаемому развитию (sustainable development), от образов порядка к хаосу, генерирующему новые упорядоченные эволюционирующие структуры, от систем, поддерживающих свое равновесие посредством отрицательной

обратной связи (гомеостазис), к быстрым процессам эволюции благодаря нелинейной положительной обратной связи, от эволюции к коэволюции, взаимно согласованной эволюции различных сложных систем.

Новый синергетический стиль мышления является нелинейным, эволюционным, а также холистическим. Это современный этап развития традиций кибернетики, системно-структурного анализа и теории информации, многие элементы которых претерпевают дальнейшие существенные изменения.

В рамках синергетического подхода к познанию и поведению человека могут быть вербализованы некоторые метафорические представления или мысли-образы, а именно:

- паттерны самоорганизации и геометрии человеческого поведения
- фрактальные рисунки исторических событий
- ментальные (или социокультурные) ландшафты, в которых всеобъемлюще представлено вчера-сегодня-завтра
- ситуации «здесь и теперь» как такие места, где встречаются неведомое прошлое и внезапно возникающее будущее
- когнитивные карты человеческого сознания и деятельности
- картины «сгущения» и «разрежения» событий индивидуальной творческой жизни или инновационных изменений в науке и культуре.

Чтобы изучать поведение системы «межкультурная коммуникация – медиа», мы должны обратиться к рассмотрению развития системы во времени. Это изменение определяется настоящим состоянием, так называемыми управляющими параметрами и случайными событиями. Управляющий параметр как бы контролирует поведение системы, не задает формирование будущего паттерна движения. Макроскопические движения в системе могут описываться одним или несколькими параметрами порядка. Согласно синергетическому принципу подчинения, параметры порядка определяют поведение всех отдельных частей системы. Параметры порядка определяют поведение отдельных частей, но с другой стороны, отдельные части системы воздействуют на поведение параметров порядка.

Важное различие между параметрами порядка и подчиненными им частями состоит в их разных временных масштабах. Параметры порядка изменяются на более медленном масштабе времени, чем подчиненные им части. Учитывая приведенные положения синергетики, можно предположить, что медиатекст не «распознается», а как бы «формируется» читателем. Если автором текста заданы некоторые особенности, они генерируют параметры порядка, который вынуждает читателя «дорисовать» все недостающие детали так, чтобы был восстановлен полный образ.

Например, значение слова может рассматриваться как параметр порядка, а понимание текста может быть представлено как создание иерархии параметров порядка посредством последовательности нарушения симметрии.

Уникальная специфика гуманитарных систем заключается в том, что их эволюция определяется поведением действующих лиц во взаимодействии с условиями, накладываемыми внешней средой. То есть человек (автор) всегда строит свои собственные проекты, имеет свои собственные желания.

Язык меняет способ, благодаря которому составляется «когнитивная карта события», с перцептивного отражения на лингвистически понятийное отражение. При перцептивном отражении каждый читатель нуждается в непосредственном участии в описанном и составляет свою карту на основе своих собственных образов. При лингвистическом отражении мы передаем и принимаем описания и предписания от других (авторов текстов) и составляем когнитивные карты без непосредственного опыта. Применение синергетики при изучении медиатекстов позволяет выявить «физические основы формирования структур» на основе изучения конкретных материальных форм (текстов).

На основе положений синергетики Дж. Николис развил динамическую теорию языка: «Мы называем «языком» процесс, выявляющий ... информацию, а именно, когнитивное устройство, которое сжимает сложность, порождаемую нарушенной симметрией, тем самым создавая «минимальной длины» алгоритмы для запуска «внутреннего представления» [Николис 1999: 148]. Знаки группируются в кодовые слова (только определенные комбинации считаются «законными» словами, соответствующими правилам данной грамматики). Слова группируются в фреймы; значение слова зависит от его положения в фрейме и определяется на основе данного синтаксиса. Первостепенное значение имеет установление необходимого отсчета времени и синхронизации между передатчиком и приемником информации.

Важнейший признак нашего времени – объединение человечества в единый субъект действия. Еще одна общая черта – рассмотрение будущего с позиций стратегии «выигрыш/проигрыш», «кто кого». Отсюда во многих изданиях строятся прогнозы о всемирном правительстве («панатлантическом», «американском», «европейском» и т.п.). При этом вспоминают о возможностях несостоявшегося «советского» всемирного правительства. Третья отличительная особенность – полярное мышление по типу «мы – они», «стандартизация – неповторимость». Для него характерно рассуждение о мире как совокупности твердых, статичных, относительно неизменных объектов, в то время как на самом деле мир есть скорее система отношений, связей, полей и энергий.

Важное место в системе отношений, характеризующих культуру, принадлежит категории «знание». Слово «знание» неизбежно ассоциируется с производными «сознание», «познание», а в век компьютерной техники – с «информацией». Как мы уже говорили, культура – это особый язык, колоссальная, многоуровневая знаковая система, в которой зафиксировано бесконечное число событий. Важен вывод, к которому мы пришли: и в исто-

рии, и в отношениях фиксируется далеко не весь опыт, а лишь тот, который имеет значение, может представлять ценность для живущих и последующих поколений.

Главное отличие фиксации социального знания от прочих видов «запечатления» – в гибкости и разнообразии знаков, которыми оно записано. Если генетический код записан всего четырьмя «буквами» и их сочетаниями, а компьютерные программы – всего двумя, то алфавит культуры просто не поддается измерению. И учить читать «по-новому» одна из важнейших современных задач. Следовательно, учить писать «по-новому» (в контексте виртуализации общения) – главная задача совместного развития системы медиа и процесса межкультурной коммуникации с целью выявления и обобщения того базового общечеловеческого культурного ядра, которое и явится обобщенными культурными ценностями для живущих и последующих поколений.

Одной из таких «обобщенных культурных ценностей», феноменом культуры был и остается язык, а одним из главных вопросов является вопрос взаимоотношения языка и культуры.

В системной теории Лумана [Луман 1999] заложены три смысловых уровня: дифференциация, коммуникация и эволюция. Так как все происходящее, будь то социальный, психический или иной акт, является переработкой смысла, то можно сказать, что смысл действует внутри трех различных между собой измерений: временном, материальном и социальном. Эти различия проецируются на три ядра общества:

- время (эволюционную теорию)
- вещественные различия или различия материального мира (теорию дифференциации)
- различия в понимании (теорию коммуникации).

Карстен Рахбек из университета Копенгагена установил, что области планеты, где существует наибольшее видовое разнообразие, отличаются и наибольшим разнообразием человеческих языков. Зоны с большим лингвистическим разнообразием отличаются самым высоким уровнем осадков. Области с наиболее непредсказуемым климатом менее разнообразны по языковым и видовым параметрам. Участник данного исследования Эндрю Бальмфорд из Кембриджа считает, что на модель распределения людей в пространстве окружающая среда влияет теми же способами, что и на распределение других видов [8].

Наибольшее количество языков и число животных существует сегодня на территориях, пока не подвергшихся индустриализации. Когда на такие территории проникает научно-технический и социальный прогресс – уникальность языка исчезает, культурные традиции забываются, национальные особенности нивелируются. Прогресс создает метакультуру, а она, в свою очередь, метаязык.

Язык несет в себе информацию о паттернах жизнедеятельности говорящего на нем общества, отражаясь в каждый «исторический» момент времени как социальная структура данного общества.

Этническая привязка каждого естественного живого языка означает, что данные языки осуществляют своего рода аккумуляцию социокультурных характеристик этнических общностей, для которых они являются материнскими.

Существующие в настоящее время в науке подходы не отрицают, но подчеркивают теснейшее взаимодействие языка и культуры. Более того, по мнению Н.С. Трубецкого, «русский литературный язык представляет собой то единственное звено, которое связывает Россию со славянством» [Трубецкой 2000: 218]. Следовательно, «славянство» – лингвистическое понятие.

Слова родного языка – это лингвокультуремы (неразрывное соединение знака, языкового значения и культурного смысла); слова чужого языка – языковой знак как таковой. Освобождение слова от культурных контекстов есть отказ от попытки тайно для непосвященных в язык передать заключенную в вещи первопричину.

Текст выполняет чисто коммуникативную задачу, а возникающие в ходе построения текста «шумы» приводят к нарушениям эффективности процесса коммуникации. Объем и степень реализации заложенной в тексте идеи смыслопорождения, по замечанию С.И. Сметаниной, связаны с ценностями данной культуры [Сметанина 2002: 68, 70]. Тексту предшествуют другие «культурные» тексты как в процессе создания, так и в процессе восприятия.

Следовательно, культурологический аспект анализа языковой ситуации в конкретном социальном пространстве подразумевает выяснение неких «узловых точек» – лингвокультурем, являющихся базовыми для дискурсов, а также учет смысловой погрешности, возникающей при переходе лингвокультурем из одного дискурса в другой.

«Взаимосодействие» универсальных функций языка (коммуникативной, экспрессивной, конструктивной и аккумулятивной) проявляется в индивидуальных особенностях каждого языка, раскрывая, тем самым, его смысловую многослойность слов (слоев). При этом сами лексические единицы выступают «узловыми точками» – лингвокультуремами. Это позволяет говорить о сложных отношениях взаимовлияния и взаимозависимости языка и культуры. Данные отношения делают невозможным изучение культуры вне языка и наоборот – языка вне культуры общества, для которого данный язык является родным. Рассмотрение медиатекста (в широком смысле контента медиа) в системе культуры и его анализ в качестве одного из источников информации о духовной и материальной сфере общества соответствует современной парадигме научного знания.

Таким образом, современное понимание взаимоотношения языка и культуры связано с понятием языкового сознания и гипотезой (теорией лингви-

стической относительности) Сепира–Уорфа [Сепир 1993: 259–265, Уорф 1960: 135, 140].

Э. Сепир отмечает, что «... человек находится во власти конкретного языка, являющегося средством выражения в данном обществе... Факты свидетельствуют о том, что «реальный мир»... бессознательно строится на языковых нормах данного общества».

Еще дальше идет Б. Уорф. Он утверждает, что «язык влияет на различные виды деятельности людей ... в его постоянно действующих общих законах и в повседневной оценке им тех или иных явлений; ... грамматика (языка)... отражает... культуру».

Если следовать логике Л.-А. Уайта [Уайт 1997: 21–22], культура – это «класс символизированных предметов и явлений», то есть связанных со способностью человека придавать предметам, явлениям, действиям символическое значение и воспринимать это символическое значение. Следовательно, слово может быть поставлено в один ряд с каменным топором, фетишем, отношением к теще, произнесением молитвы, соблюдением святой субботы и т. д.

Очевидно, что слово родного языка – больше, чем знак для его носителя. В. фон Гумбольдт писал [Гумбольдт фон 1984]: «Язык как непрерывный осмысленный творческий процесс созидания есть выражение «духа народа», его национальной культуры, которая выражается в языке и передается потомкам». С одной стороны, язык детерминирует культурную реальность, а с другой, как отмечает Д.-Х. Хаймс [Хаймс 1975: 238], «культурные ценности и верования отчасти создают языковую реальность».

Перефразируя Э. Сепира [Сепир 1993: 259–265], можно сделать вывод о том, что культура – это то, что общество думает, а язык – как думает. Тогда «метакультура» есть абстрактный инвариант, реализовывающийся через конкретные национальные культуры и через метатехнологии (информационные технологии) в метапространство (национальные медиапространства или совокупность национальных медиасистем). Тем самым реализуется главный принцип синергетического триединства: неопределенности-дополнительности-совместности. Язык, следовательно, есть архетип дискурса (сегодня это медиадискурс), постоянно воспроизводящегося (в первую очередь и главным образом, медиа) и воспроизводящего конкретный социум.

Рассмотрение текстов СМИ (медиа) позволяет получить информацию о состоянии культуры общества. Культурологический аспект анализа языковой ситуации в конкретном социальном пространстве подразумевает выяснение «узловых точек» – лингвокультурем (неразрывное соединение знака, языкового значения и культурного смысла), являющихся базовыми для дискурсов, а также учет смысловой погрешности, возникающей при переходе лингвокультурем из одного дискурса в другой. В медиатекстах

128 активизируется внимание к языку как средству кодирования данных о мире. Функции языка реализуются в коммуникативном акте. Даже самого совершенного знания кода (то есть собственно русского языка или английского) недостаточно для адекватной коммуникации в глобальном информационном пространстве, необходимы также внекодовые знания.

3. Зарубежные русскоязычные СМИ в системе «медиа – межкультурная коммуникация»

В современном многополярном и многонациональном мире одной из насущных проблем для каждого отдельного этноса является сохранение своей национальной идентичности, основой которой является язык. В сохранении русского языка среди соотечественников, проживающих за рубежом, немалую роль играют русскоязычные средства массовой информации.

Среди СМИ на русском языке за рубежом можно выделить три типологические группы: русскоязычные СМИ русского зарубежья; структуры инновационного новостного вещания на русском языке; национальные российские СМИ, имеющие пункты печати, подписку и распространение за пределами России. У этих трех групп русскоязычных СМИ разные цели своего присутствия на зарубежном медиарынке. Так, СМИ русского зарубежья видят одной из своих целей создание благоприятной среды для русскоговорящего сообщества в стране пребывания, инновационное вещание традиционно предназначено для формирования представлений о стране, ее народе, политическом и административном устройстве, культуре и традициях, а национальные российские СМИ отражают ключевые события в России и за рубежом в рамках своего направления и типа издания. Любопытно, что перечисленные цели трех групп СМИ совпадают с тремя составляющими «самоконцепции» любого народа – «образом для себя», «образом в себе» и «образом для других» [Ачкасов 2003: 48–55]. Так, согласно мнению ряда исследователей, «образ в себе» отражает внутреннее мировоззрение народа (некоторые исследователи отмечают, что данное понятие по своей сути приближается к коллективному бессознательному). Этот образ находит свое яркое отражение в СМИ русского зарубежья. «Образ для себя» – совокупность положительных характеристик и качеств, представляющих ценность для данной общности (собственная символика и мифология, которая не всегда понятна и близка представителям других этносов). Данный образ сегодня примеряет большинство национальных СМИ России, лишенных объективного отношения к своей стране, к самим себе и к своей аудитории в жестких условиях самоцензуры. Наконец, «образ для других» – набор приписываемых себе положительных качеств, которые доступны пониманию других культур. В полной мере этот образ характерен для инновационного вещания. Важно отметить, все эти три образа часто с трудом соотносятся друг с другом, несмотря на то, что составляют единое целое в рамках единого русскоязычного медиаполя.

Однако какие бы цели ни преследовали все перечисленные выше группы СМИ, системообразующим и цементирующим их элементом является русский язык. И особую роль он играет, безусловно, в СМИ русского зарубежья – наиболее многочисленном отряде русскоязычных СМИ за рубежом, на котором в рамках обозначенной темы остановимся подробнее. Данный сектор мирового медиарынка – уникальный феномен, которым не обладает ни одна другая страна мира. В настоящее время СМИ на русском языке выходят более чем в 80 странах мира и включают более 3,5 тыс. наименований, большую часть из которых составляют печатные и интернет-издания. Уникален и сам феномен русской эмиграции, отличный от всех других как по своему составу, так и по богатейшему культурному наследию. В результате четырех волн эмиграции из России в течение последнего столетия ее бывшие граждане не теряли связи с исторической родиной, продолжали воспитывать молодое поколение в духе русских национальных традиций. Начиная с первой волны вынужденной эмиграции из России в своем стремлении к сохранению своего родного языка и культуры, эти люди – нередко признанные и широко известные представители российской культуры – издавали многочисленные газеты и журналы за рубежом. Один из литераторов русского зарубежья Владимир Абданк-Коссовский отмечал: «Ни одна эмиграция в истории не получала столь повелительного наказа продолжать и развивать дело родной культуры, как зарубежная Русь. И русская эмиграция, имеющая в своих рядах цвет русской интеллигенции, обладающая культурным достоянием, всегда стремилась воссоздать Россию и ее культуру на чужой земле» [Березовая 2001]. Только во Франции на рубеже в 20–30-е гг. XX века выходило 19 «толстых» журналов общественно-политического и литературно-художественного толка на русском языке (среди наиболее популярных – «Современные записки», «Иллюстрированная Россия» и «Числа»). И неслучайно именно журнал как тип издания имел широкое распространение. Как и в России рубежа XIX–XX веков журнал был в особом расположении у интеллигенции, тяготеющей к вдумчивому чтению литературных текстов и обстоятельному обсуждению актуальной повестки дня. Счет русскоязычным изданиям во всем мире шел в тот период на сотни (одних только «толстых» журналов насчитывалось 257 [Жирков 2003]).

Сегодня, по разным оценкам, русскоязычная диаспора в мире насчитывается от 25 до 30 миллионов человек. Эта большая этнокультурная общность, которая весьма неоднородна по составу, учитывая различный социальный и культурный статус своих членов (что закономерно: «эмигранты всех волн преследовали различные цели, основанные на различных системах ценностей, и ориентировались на различные культурные коды» [Скарлыгина 2008]). Столь же различны и издаваемые внутри русскоязычной общины СМИ – от развлекательных изданий сомнительного качества до весьма достойных

130 | образцов современной качественной журналистики. И чем больше русскоязычная диаспора в стране, тем разнообразнее типология СМИ на русском языке. Так, в США, Германии и Израиле, в которых проживают многомиллионные диаспоры русскоязычных жителей, представлена широкая палитра периодики для самой разной аудитории.

Однако, несмотря на свою неоднородность, СМИ русского зарубежья в течение всего периода своего существования во многом способствуют процессу аккультурации, при котором, с одной стороны, происходит сохранение собственной культурной идентичности, а с другой – включение в новую культурную среду с ее нормами, ценностями и традициями. По мнению ряда исследователей, успешность аккультурации определяется позитивной этнической идентичностью и этнической толерантностью и проявляется в долговременной адаптации к жизни в чужой культуре [Смолярова 2014]. СМИ русского зарубежья помимо прочего нацелены на достижение этого результата. Русский язык в данном сегменте позволяет включить русскоязычное сообщество за рубежом в разнообразные социальные институты страны пребывания [Шарлаимова 2011]. Поэтому не случайно «этнокультурные медиа (и шире – освещение этнокультурных вопросов в мейнстрим-медиа) рассматриваются как один из механизмов, позволяющий включить группу населения в социальную коммуникацию, и через коммуникацию – в функционирование общества в целом» [Смолярова 2014].

Результатом интеграции можно считать адаптацию российской диаспоры за рубежом к культуре страны пребывания, умение жить и действовать по ее правилам, оставаясь при этом сообществом с собственной культурной идентичностью.

Среди основных (широко распространенных) механизмов этих процессов можно назвать следующие:

- выход изданий в свет на двух языках (русском и страны пребывания)
- знакомство читателей с политическим и социально-экономическим устройством страны пребывания, ее иммиграционным законодательством, системой образования и здравоохранения, культурными традициями и пр.
- освещение ключевых событий общественной и культурной жизни, как в стране пребывания, так и в России
- показ примеров успешной адаптации в стране бывших соотечественников, которые сохраняют свою культурную идентичность – художников, музыкантов, писателей и т. д.
- участие в проведении культурных мероприятий как общинных, так и межобщинных (в качестве информационных спонсоров или организаторов).

Опыт, накопленный русскоязычными медиа за рубежом, позволяет по-новому взглянуть на инструменты межкультурной коммуникации в рамках мирового русскоязычного пространства. СМИ на русском языке «призваны

сообщить иммигрантам актуальную информацию, оптимизировать процесс вхождения в новое общество и коммуникацию, обеспечить усвоение моральных и правовых норм поведения в новом обществе, настроить на обмен культурными ценностями и, что немаловажно, способствовать сохранению культурной идентичности в инокультурной среде» [Севач 2011]. Таким образом, в современных условиях СМИ русского зарубежья выполняют не только важную задачу адаптации и инкультурации русскоязычного населения в странах пребывания, но и вносят свой ощутимый вклад в диалог культур. Значение диалога в процессах самоидентификации по отношению к инаковости «другого» отмечал М.М. Бахтин в разработанной им теории диалогизма: «...диалогические отношения повсюду, во всех проявлениях осознанной и осмысленной человеческой жизни; где начинается сознание, там для него начинается диалог» [Бахтин 1979: 49]. И далее: «Быть – значит общаться диалогически. Когда диалог кончается, все кончается. Поэтому диалог, в сущности, не может и не должен кончиться» [Бахтин 1979: 294].

В рамках данной темы особое значение взгляд изнутри – со стороны самих русскоязычных зарубежных СМИ. О том, как сами издатели и редакторы качественных (с точки зрения подготовки, создания и «упаковки» контента) СМИ русского зарубежья оценивают свой вклад в межкультурную коммуникацию, – в их комментариях ниже.

Ольга Довгань, «Дипломат» (Чешская Республика)

Мы выходим на русском и чешском языках, что позволяет вовлекать в круг своих читателей и чехов, не владеющих русским языком, но имеющих интерес к жизни стран бывшего СССР – для более глубокого понимания ими происходящего на постсоветском пространстве, раскрытия менталитета населяющих его народов. Для соотечественников мы предоставляем возможность быть в курсе проводимых для них мероприятий в Чешской республике, показываем интеграцию стран СНГ в европейскую современную жизнь. Приводим примеры, в виде интервью, успешной адаптации в стране людей, которые сохраняют свою культурную идентичность – художников, музыкантов, писателей и т.д. Мы ведем прямой постоянный диалог с дипломатами стран СНГ, которые рассказывают соотечественникам о событиях на родине, о мероприятиях, в которых те могут принять участие. Наша особенность в том, что мы не даем никакой политической оценки происходящим событиям, а стремимся раскрыть особенности двусторонней политики, экономики и культуры для повышения уровня самоуважения соотечественников, осознания ими своего равноправия и значимости как носителей национальных качеств выходцев из других государств, которые пользуются уважением и доверием на Западе.

Мы объясняем особенности устройства государственной и общественной жизни Чехии, показываем истоки принятия или непринятия конкретных

132 | *государств и жителей бывшего СССР местными политиками и рядовыми гражданами.*

Мы рассматриваем себя в качестве моста между чехами и соотечественниками. На этом мосте есть свой КПП, который отсеивает слухи и домыслы, и дает ориентиры для объективного восприятия происходящих событий.

Геннадий Меи, «Русский глобус» (США)

Чтобы сохранить культурную идентичность, русскоязычным соотечественникам надо мало что делать, единственное - не быть ленивыми – выходить на интернет, читать большое число русскоязычных газет и журналов, выходящих в США, ряд оригинальной российской периодики, продающейся здесь, смотреть американское русскоязычное ТВ...

С начала своего появления до сегодняшнего дня «Русский глобус» публикует материалы лучших ведущих российских публицистов, поднимает наиболее интересные исторические и культурные темы в публикациях своих авторов-специалистов; произведения художественной литературы и искусства - литераторов, художников и музыкантов, живущих как в России, так и разбредшихся по всему белу свету, приверженных своей культурной идентичности.

Время от времени я публикую американских поэтов (в оригинале), с которыми лично знаком, а также видеоролики выступлений, освещаю вопросы исторических и культурных особенностей США, для тех, для кого они стали второй родиной, и для россиян, чтобы расширить их знание и понимание Америки. Я публикую лучшие переводы англоязычной поэзии на русский язык; устраиваю диспуты, связанные с особенностями менталитета в оценке тех или иных общественных и политических событий, происходящих в России и за рубежом (США или Израиле), поднимаю вопросы языкознания.

Жанна Сундеева, «Кстати» (США)

Мы стараемся находить хороших авторов, не привязаны ни к какой партии (наша партия – здравый смысл). Мы считаем правильным знать болевые точки и признавать ошибки исторической родины, но знать и огромные достоинства той же родины.

Приятно было узнать, что дети и внуки первой (шанхайской) волны эмиграции, те, кто сохранил язык, в общем за многие годы все же обратили внимание на наше издание.

Мы думаем, что самим фактом издания газеты на хорошем русском языке, самим фактом нашей прозрачной и честной позиции по многим вопросам мы делаем много для диалога наций и культур.

Сергей Тарутин, «Наша газета» (Ирландия)

Мы пытаемся в меру возможностей сделать жизнь русскоязычных иммигрантов в незнакомой для них среде более комфортной. Наша постоянная

и популярная рубрика – «Консультации». В форме вопроса и ответа наши читатели получают информацию об ирландском законодательстве, в том числе и актуальных изменениях в законах. Кроме этого в «Нашей газете» постоянно публикуется информация о культурных событиях, связанных с Россией или мероприятиях, организованных членами общины. Героями репортажей и интервью становятся наши соотечественники, сумевшие успешно адаптироваться в новой среде или внести значительный вклад в жизнь Ирландии. В рубрике «История Ирландии» мы рассказываем об исторических связях острова и России.

На поле диалога культур наша деятельность лежит в нескольких плоскостях. Это и вопросы интеграции русскоязычного населения в ирландское общество, и диалог между различными этническими группами иммигрантов. В рубрике «Гид по Ирландии» мы рассказываем о культурных и бытовых особенностях ирландской жизни, интересных и исторических местах. Также мы стараемся участвовать в основных мероприятиях и конференциях, организованных иммигрантским сообществом и рассказываем читателям о жизни других общин. За 15 лет нами налажены контакты с этническими изданиями для иммигрантов из Африки, Китая, Индии, Польши, Литвы, Латвии, Румынии, Чехии. В свое время мы в том числе издавали издания на польском, латышском и английском языке (для нигерийской общины).

В целом процесс интеграции не идет такими темпами, как ожидалось. Скорее всего «первой» волне иммиграции вообще не удастся полностью интегрироваться, но и другой крайний случай – ассимиляция также не является оптимальным. Скорее всего (согласно историческому опыту) наиболее успешный случай интеграции можно ожидать в третьем поколении иммиграции. Второе поколение обычно уже ассимилируется, а вот наши внуки уже будут себя точно идентифицировать как русские. При этом важно сохранить язык, чем мы и пытаемся заниматься, поддерживая школы и классы русского языка, лоббируя эти вопросы в департаменте образования Ирландии с целью популяризации языка в процессе среднего и высшего образования.

Александр Черкасский, «LTCMediaVerlagGroup» (Германия)

Мы даем нашим русскоязычным читателям ту информацию, которую они больше нигде не смогут получить. Это касается политики (оценки событий), правовых вопросов (общих и частных), образования, а также актуальной общественной проблематики (вопросов интеграции, российско-немецких культурных связей, налаживания прочных взаимоотношений в разных областях и пр.). Наши читатели получают необходимую для них информацию о жизни в Германии, о том, как найти свое место в немецком обществе.

Большое значение, на мой взгляд, имеет участие наших русскоязычных изданий в самых различных мероприятиях – конференциях, концертах, творческих вечерах для разных возрастных аудиторий.

Игорь Цесарский, «Континент» (США)

У наших изданий сложная задача. С одной стороны, мы следим за событиями, происходящими в Америке, гражданами которой мы являемся, с другой, информируем о самых разных аспектах жизни в странах, откуда в разное время приехали мы и наши соотечественники... Все то лучшее, что есть в культурной, общественной жизни России, Украины, Казахстана и др. стран так или иначе находит отражение в публикациях, обсуждается на наших сайтах, равно как и то, что видится ненормальным и разочаровывающим.

Наши издания: 1) знакомят читателей с публикациями англоязычной прессы, с материалами, которые мы получаем из разных стран от наших авторов и дружественных зарубежных изданий; 2) участвуют в проведении культурных мероприятий как общинных, так и межобщинных (в качестве инфоспонсоров или организаторов таковых); 3) продвигают лучшие материалы на англоязычный рынок и сопредельные этнические рынки.

Римма Шкрабина, «Наша Гавань» (Новая Зеландия)

Газета рассказывает о нас, говорящих на русском языке и живущих в Новой Зеландии. О наших интересах, культурных и других интересных событиях в нашем сообществе и в стране проживания, интересных людях и их успехах в условиях иммиграции. Газета приглашает на свои страницы специалистов по иммиграции, финансам, законодательству, страхованию и т.д. для ответов на вопросы читателей и важной для всех информации. Мы не обсуждаем политические и религиозные вопросы, делая это для сохранения мира и согласия в русскоговорящем сообществе. Из сказанного вытекает, что наша деятельность помогает объединить иммигрантов постсоветского пространства – нашей общей исторической родины – через русский язык. Естественное, более востребованное, внимание к русской культуре и истории, тоже объяснимо и понятно – люди, воспитанные на этих ценностях, независимо от региона проживания на территории бывшего СССР, сохранили к этим ценностям многонациональной и русской культуры интерес.

Основные функции издания в процессах межкультурной коммуникации – участие представителей газеты в межкультурных мероприятиях, материалы, которые публикуем в газете о межэтнических фестивалях культуры, концертах, ярмарках и т.д., в которых принимают участие и представители нашей диаспоры и многое другое.

Елена Якунина, «Русский очевидец» (Франция)

«Русский очевидец» в своих статьях сообщает о нововведениях в области французского законодательства, учитывая тот факт, что не все русскоговорящие эмигранты хорошо владеют языком страны пребывания; описывает изменения, происходящие в общественной жизни страны и в деятельности русской диаспоры с целью облегчить русскоговорящим иммигрантам адаптацию во Франции.

Издание регулярно освещает мероприятия, которые проходят во Франции при поддержке России или при непосредственном ее участии. Освещаются конференции по темам образования, экономического и культурного сотрудничества между двумя странами, на которых выступают российские представители, доводя до французов российскую точку зрения.

На страницах газеты даются подробные рассказы о выставках, приезжающих из России, будь то череда экспозиций в 2010 году (Год России во Франции) или выставка коллекции Щукина в Фонде Виттона в 2016 году. Шахматный турнир им. Алехина, прошедший в саду Тюильри на фоне Лувра, проект создания в Лувре зала русского искусства, акция Россия почетный гость фестиваля морских судов в Бресте в 2016 году – все эти события нашли свое отражение в нашей газете. Культурных мероприятий множество, всех просто не перечислить.

Выводы

1. Межкультурная коммуникация в медиа есть совокупность разнообразных опосредованных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам, дающих ответ на вопрос о том, что и как соотносит эти самые «различные» культуры.

2. В современном социокультурном пространстве коммуникация, означая прежде всего «общение», не сводится к нему; это понятие уже изначально ориентирует на учет многообразия общения, его связующих, «сцепляющих людей воедино» свойств, ведя речь прежде всего о таких средствах, техническая мощь которых как бы сама собой призывает использовать их в глобально широких целях.

3. Модель теории и практики коммуникации может быть представлена в авторской интерпретации в виде трехгранной пирамиды, позволяющей увидеть элементы системы в единстве и связи и лучше понять механизм взаимодействия элементов внутри системы, а, следовательно, проанализировать сам процесс ее прогрессивного развития.

4. Изучение поведения системы «межкультурная коммуникация – медиа» требует рассмотрения развития системы во времени, учета управляющих параметров и случайных событий, что приводит к выводу о «формировании» медиатекста читателем, а не его «распознавании».

5. И в истории, и в отношениях фиксируется лишь тот опыт, который имеет значение, может представлять ценность для живущих и последующих поколений; изучение культуры вне языка невозможно, и наоборот – нельзя изучать язык вне культуры общества, для которого данный язык является родным: культура – это то, что общество думает, а язык – как думает.

6. «Метакультура» есть абстрактный инвариант, реализующийся через конкретные национальные культуры и через метатехнологии (информаци-

136 | онные технологии) в метапространство (национальные медиапространства или совокупность национальных медиасистем); реализуется главный принцип синергетического триединства: неопределенности-дополнительности-совместности.

7. Для адекватной коммуникации в глобальном информационном пространстве недостаточно даже самого совершенного знания кода (то есть собственно русского языка или английского), необходимы также внекодовые знания. Следовательно, для каждого отдельного этноса насущной задачей является задача сохранения своей национальной идентичности – внекодовых знаний, основой которой является язык.

8. В метапространстве (национальные медиапространства или совокупность национальных медиасистем) задача сохранения внекодовых знаний, служащих «шифром для посвященных», реализуется по принципу синергетического триединства неопределенности-дополнительности-совместности: «образом для себя», «образом в себе» и «образом для других». «Образ в себе» отражает внутреннее мировоззрение народа (коллективное бессознательное); «Образ для себя» – совокупность положительных характеристик и качеств, представляющих ценность для данной общности (собственная символика и мифология, которая не всегда понятна и близка представителям других этносов); «Образ для других» – набор приписываемых себе положительных качеств, которые доступны пониманию других культур. Системообразующим и цементирующим элементом при этом является родной язык.

9. В современных условиях в системе «медиа – межкультурная коммуникация» наработаны практические инструменты и способы создания соответствующих им условий, позволяющие способствовать сохранению культурной идентичности в глобальной культурной среде метамедиапространстве. СМИ при этом не только выполняют важную задачу адаптации и инкультурации иноязычного населения в странах пребывания, но и вносят свой ощутимый вклад в диалог культур.

Литература

1. Анохин П.К. Представление о функциональной системе и результате // Синергетика и психология. Тексты. Вып. 1. Методологические вопросы. М., 1997. С. 135.
2. Ачкасов В.А. «Миф Запада» в российской политической традиции: поиск идентичности / Россия и Грузия: диалог и родство культур: Сб. материалов симпозиума. Вып. 1. СПб., 2003. С. 48–55.
3. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. С. 49.
4. Березовая Л.Г. Культурная миссия пореволюционной эмиграции как наследие Серебряного века / Новый исторический вестник. 2001. № 3 (5) URL: http://www.nivestnik.ru/2001_3/11.shtml (дата обращения: 15.12.2016).

5. Богуславская В.В. Особенности методологии лингвосоциокультурного моделирования журналистских текстов / Акценты. Новое в массовой коммуникации. Альманах. Воронеж: ВГУ, 2001. Вып. 5–6 (26–27). С. 97–102.
6. Гумбольдт фон В. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества // Избранные труды по языкознанию. М., 1984.
7. Жирков Г.В. Типологические особенности журналистики русского зарубежья / Журналистика русского зарубежья XIX–XX веков. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2003. 318 с. URL: <http://knigi.link/uchebniki-jurnalistika/tipologicheskie-osobennosti-jurnalistiki-25990.html> (дата обращения: 15.12.2016).
8. Луман Н. Теория общества (вариант San Foca'89) / Теория общества: фундаментальные проблемы. М., 1999.
9. Николис Дж. Роль хаоса в коммуникационных системах // Синергетика и психология. Тексты. Вып. 2. Социальные процессы. М., 1999. С. 148.
10. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2014. 254 с.
11. Севач А.В. СМИ как фактор инкультурации русскоязычного населения в Греции: Автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / Моск. гос. ун-т культуры и искусств. М., 2011. URL: <http://cheloveknauka.com/smi-kak-faktor-inkulturatsii-russkoyazychnogo-naseleniya-v-gretsii> (дата обращения: 14.12.2016). www.dissercat.com/content/smi-kak-faktor-inkulturatsii-russkoyazychnogo-naseleniya-v-gretsii
12. Сепир Э. Статус лингвистики как науки / Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993. С. 259–265.
13. Скарлыгина Е. В зеркале трех эмиграций (самоидентификация как проблема эмигрантского сознания) // Новое литературное обозрение. 2008. № 93. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2008/93/sk21.html> (дата обращения: 15.12.2016).
14. Сметанина С.И. Медiateкст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб., 2002. С. 68, 70.
15. Смолярова А.С. Функционирование русскоязычной прессы в современной Германии (социально-политический аспект): Автореф. дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2014. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1397551853_0001.pdf (дата обращения: 13.12.2016).
16. Спасая культуру, можно спасти и живую природу? // KM.RU. 31 июля 2002 г. – <http://www.km.ru>
17. Терин В.П. Политика средствами общения, 1998 // Исследования средств коммуникации. (Проект Media Studies – media@pr.ru)
18. Трубецкой Н.С. К проблеме русского самопознания // Трубецкой Н.С. Наследие Чингисхана. М., 2000. С. 218.

- 138 | 19. Тузлукова В.И., Богуславская В.В. Термины как средство конструирования предметной области «Теория и практика коммуникации» в российской науке: Сб. науч. трудов «Теория коммуникации & прикладная коммуникация». Вестник Российской коммуникативной ассоциации. Вып. 1. Ростов н/Д: ИУБиП, 2002. С. 185–192.
20. Тузлукова В.И. Международная педагогическая терминология: теория, практика, перспективы. Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2002.
21. Уайт Л.-А. Понятие культуры // Антология исследований культуры. СПб., 1997. С. 21–22.
22. Уорф Б. Отношение норм мышления к языку // Новое в лингвистике. Вып. 1. М., 1960. С. 135, 140.
23. Хаймс Д.Х. Два типа лингвистической относительности // Новое в лингвистике. Вып. VII. М., 1975. С. 238.
24. Шарлаимова Г.Т. Отражение межкультурных и языковых процессов в русскоязычной канадской прессе // Литература и журналистика стран Азиатско-Тихоокеанского региона в межкультурной коммуникации XX–XXI вв.: Сб. науч. ст. по материалам международной научно-практической конференции «Литература и журналистика стран Азиатско-Тихоокеанского региона в межкультурной коммуникации XX–XXI вв.» (17–18 марта 2011 года). Хабаровск: Издательство ТОГУ, 2011. С. 98–105.

Телепродажи как дискурсивная практика: штрихи к портрету

Исследовательское внимание к использованию языка в различных коммуникативных сферах, к различным «употреблениям языка» (по В. Г. Костомарову) сегодня очень велико при том, что количество этих коммуникативных сфер, обладающих в той или иной степени своей экстралингвистической спецификой, а значит и специфическим речевым обликом и речевым поведением общающихся, постоянно увеличивается. Попытки концептуального осмысления «речевого устройства» жизни современного общества на макроуровне осуществляются в рамках разных направлений речеведения (лингвистики речи), но главным образом стилистики и теории дискурса. Именно эти отрасли ставят своей задачей разработку/описание таксономии речекоммуникативных образований, обслуживающих деятельность социума (дискурсов и стилей (функциональных разновидностей речи) [Лингвистика речи 2013].

Функциональная стилистика, которой, как известно, в отечественной науке принадлежит приоритет в изучении языка с точки зрения его употребления [Кожина 2003: 335], оперирует понятием **функциональный стиль** (выделяемый на основании комплекса базовых экстралингвистических факторов: сфера деятельности, форма общественного сознания, вид мышления), который не всегда непосредственно применим к описанию многих речевых разновидностей, обслуживающих конкретные коммуникативные сферы. Особенно это касается речевых образований, представляющих коммуникацию в массмедиа. Так, понятие **публицистический стиль** не может вместить в себя всех многообразных речевых проявлений современных массмедиа: «речевой материал, покрываемый данным понятием, является чересчур разнородным» [Коньков 2014: 216], так что «мы можем с уверенностью лишь констатировать факт существования открытого множества разновидностей русской речи, сформированных речевыми практиками СМИ» [Там же: 208]. В частности, неясным остается стилевой статус рекламных текстов, который считают то разновидностью публицистического стиля, то самостоятельной функционально-стилевой разновидностью [Кара-Мурза 1997; Имшинецкая 2007, Кожина 2008]. Исследователи, придерживающиеся второй точки зрения, отмечают, что рекламный (рекламно-коммерческий) стиль в силу своей экстралингвистической специфики не рядоположен другим функциональным стилям [Имшинецкая 2007]. Нуждается в прояснении стилевая принадлежность текстов различных форм маркетинговой коммуникации, например,

140 интернет-магазинов, а также разнообразных по своим целям и стилистическим характеристикам публикаций в социальных сетях, компьютерных игр и др.

Не случайно ряд исследователей, говоря об употреблении языка, отказывается от понятия **стиль**, пользуясь менее «обязывающими» терминами, например, таким, как термин «текстовая группировка» у В.Г. Костомарова [2007]. Принципиально важно, однако, то, что объектом исследования в стилистике являются тексты, обладающие общей экстралингвистической основой и, как следствие, общими стилевыми чертами: целый текст невозможно изучать без учета «целого ряда его коммуникативных параметров: замысла, концепции, цели общения, фонда знаний коммуникантов, субъекта речи, адресата» [Кожина 1997: 37]. Данная трактовка в значительной мере коррелирует со ставшим уже классическим пониманием **дискурса** как специфической формы использования языка и специфической формы социальной ситуации» [ван Дейк 1989: 345], как «связного текста в совокупности с экстралингвистическими факторами», «речи, погруженной в жизнь» [Арутюнова 1990: 137]: основными коммуникативными параметрами текста называются «явления, которые сегодня принято относить к дискурсивным» [Баженова 2014: 20].

В настоящее время наблюдается стремление исследователей осмыслить соотношение понятия **стиль** с понятием **дискурс** [Дискурс и стиль 2014]. Более того, оба этих термина, как считают некоторые исследователи, не исключают друг друга, а могут использоваться в комплексе в рамках одной дисциплины. Не случайно, на наш взгляд, то, что это происходит прежде всего в исследованиях по массмедийной коммуникации, ср. понимание соотношения медиадискурса и медиастилия как понятий медиастилистики [Клушина 2013; Клушина 2016]. Отметим в работах названного автора применение в рамках медиастилистики интенционального метода исследования.

Известный отечественный исследователь В.И. Карасик приводит следующие основные категории, релевантные для описания дискурса:

- 1) участники общения (субъекты коммуникации)
- 2) условия общения (пресуппозиция, сфера общения, хронотоп, коммуникативная среда)
- 3) организация общения (мотивы, цели и стратегии, развертывание и членение, контроль общения и вариативность коммуникативных средств)
- 4) способы общения (канал и режим, тональность, стиль и жанр) [2004: 241].

Таким образом, можно говорить о том, что понятия дискурса и стилия (или, точнее, **дискурсивного** и **стилевого**) не противоречат друг другу, а наоборот, друг друга поддерживают: стилистический (функционально-стилевой) анализ немислим без дискурсивных параметров, дискурсивный же активно задействует стилистические. Оба эти понятия смыкаются на тексте, поскольку и в стилистике, и в дискурсологии мы имеем дело с **текстами**

как репрезентантами дискурса, результатами общения и материалом для изучения коммуникации.

Коррелирует со стилистической проблематикой и понимание дискурса как «наблюдаемой реальности» [Иссерс 2015], т.е. общественной практики, связанной с употреблением языка в тех или иных сферах человеческой деятельности или социальных институтах. При этом, по мнению О.С. Иссерс, материалом для анализа являются «прототипические образцы», не вызывающие сомнения в их идентификации с определенной сферой», в то время как маргинальные и «смешанные» формы, как правило, из рассмотрения исключаются [Иссерс 2011: 228], что объясняется как сложностью получения материала (например, записей разговорной речи определенной тематики), так и периферийностью тех или иных речевых реализаций, неяркостью, неотчетливостью их дискурсивной отнесенности. В этой связи становится актуальным эмпирическое изучение **дискурсивных практик** – особенностей использования языка в новых, создающихся, формирующихся сферах (и форматах) общения, разнообразие которых в современной быстро меняющейся действительности с трудом поддается учету. Особенности исторического развития тех или иных сфер, поиск новых путей их воплощения, использование технических возможностей приводит к реконфигурации дискурса и формированию новых дискурсивных практик в пределах существующих, в том числе институциональных, дискурсов.

Одной из таких коммуникативных сфер является сфера телевизионных продаж, реализующаяся себя в формате телемагазина («магазина на диване»). Телепрограммы данного формата призваны при помощи демонстрации товаров, их полезных функций и качеств убедить зрителя непременно сделать покупку (заказать товар), желательно прямо во время эфира. Сделать это можно по телефону, необходимые контактные данные постоянно присутствуют на экране. Таким образом, формат телемагазина обеспечивает покупателю возможность достаточно подробно познакомиться с особенностями товара, а также технологическую легкость процесса покупки («просто наберите номер»).

Формат дистанционной торговли, появившийся в 70-х гг. прошлого века в Америке, в 90-х гг. начинает активно развиваться в России. Сначала «продажные» телеролики, в основном рекламирующие какой-либо один товар, включались в сетку вещания «обычных» телеканалов. Сегодня ведущие игроки на этом рынке – крупные телемагазины с большим, постоянно обновляющимся ассортиментом – развивают собственное вещание. Конкуренция телемагазинов заставляет их менеджмент искать новые, более интересные и привлекательные для потенциального покупателя формы представления товаров: на смену снова и снова прокручиваемым заранее записанным роликам приходят «живые» телеведущие, которые общаются с потенциальным покупателем в прямом эфире. Именно с прямыми эфирами с участием «настоящих»

142 | продавцов связывают перспективы развития формата. Показательно с этой точки зрения высказывание И. Кирика, генерального директора телемагазина Shopping Live, о том, что «для качественного телешопинга необходимы большой ассортимент товаров и его качественная презентация в прямых эфирах» (цит. по: [Маградзе 2013: 54]). Материалом для настоящей работы послужили тексты телемагазинов Shop24, ShoppingLive, TopShop.

Как следует из самих терминологических обозначений **телепродажи**, **телемагазин**, данная речевая практика находится на пересечении двух коммуникативных сфер и, соответственно, двух дискурсов: с одной стороны, это разновидность маркетингового дискурса (компонент *продажи*), с другой – принадлежность дискурса массмедийного (компонент *теле-*). Массмедиа – это основной канал рекламной коммуникации, однако если определенные жанры рекламы могут существовать вне медийного пространства (наружная реклама, реклама в транспорте, рекламные буклеты и т.д.), то телемагазин от этого пространства принципиально неотделим.

Не претендуя на полноту анализа, приведем несколько произвольно отобранных толкований понятия **маркетинг**, взятых на одном из образовательных сайтов:

- вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена
- предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары и услуги, организации и людей, территории и идеи посредством обмена
- приобретение и удержание клиентов и бизнес-партнеров
- продажи завтра
- прибыльное для компании удовлетворение потребностей других людей (<http://www.elitarium.ru/chto-takoe-marketing-opredelenie-process-obmen-usluga-proizvoditel-pokupatel-cel-deyatelnost-prodazha-strategiya/>).

Ключевыми словами в данных толкованиях являются: *удовлетворение потребностей, продажи, управление спросом, прибыль*. Следовательно, маркетинг можно рассматривать как деятельность продавца или производителя по продвижению товара, направленную на приносящее прибыль удовлетворение тех или иных потребностей людей, причем эти потребности могут быть как реальными, так и мнимыми, искусственно созданными при помощи комплекса маркетинговых инструментов. Обслуживает эту деятельность **маркетинговый дискурс** – вербализованная форма объективации рыночного мышления и сознания, направленная на обеспечение взаимодействия людей в сфере экономических и коммерческих отношений [Гусейнова 2009: 3].

Одним из важнейших маркетинговых инструментов является реклама. Рекламная коммуникация берет свое начало в античности как разновидность непосредственного делового взаимодействия в ситуации купли-продажи (обмена), реализовавшаяся преимущественно в устной форме [Ученых, Старых

1999]. В настоящее время **рекламный дискурс** является одной из важнейших разновидностей маркетингового дискурса, обслуживающего деятельность по продвижению (продаже) товаров и услуг, и реализуется он в самых разных формах, в том числе опосредованных различными техническими средствами.

Телемагазин маркетингологи считают одной из форм так называемого **прямого маркетинга** (директ-маркетинга от англ. direct marketing) – прямого взаимодействия между продавцом или производителем и потребителем в процессе продажи конкретного товара или услуги, при котором обе стороны процесса являются активными участниками этого взаимодействия. Именно эта разновидность маркетинга (в форме устного диалога продающего и покупающего) стояла у истоков всех коммерческих взаимоотношений [Земфинова 2016].

Прямой маркетинг (маркетинг прямого отклика) решает следующие задачи:

- завладеть вниманием потребителя
- удержать его в пределах зоны воздействия
- развить личностные отношения в формате «продавец–покупатель» на долгосрочной основе
- стимулировать совершение покупки и создать предпосылки для неоднократных повторных покупок [Там же].

Среди разновидностей прямого маркетинга выделяют почтовую торговлю, продажи по телефону, каталожную торговлю и т.д. Ядерной же частью дискурса прямого маркетинга следует считать непосредственное, «живое» взаимодействие продавца и покупателя (покупателей) в магазине или на рынке, при котором обе стороны в равной мере активны, поскольку покупатель заходит в магазин с целью удовлетворить те иные свои потребности (иногда только потребности в знакомстве с товарными новинками).

Будучи разновидностью **массмедийного дискурса**, телепродажи представляют собой коммуникацию между продавцом и покупателем, опосредованную техническими средствами, дистантную и преимущественно однонаправленную, с массовым рассредоточенным адресатом.

Тексты телепродаж, как и «традиционные» рекламные послания, реализуют:

- информативную функцию, проявляющуюся в презентации товара, демонстрации его полезных свойств и преимуществ
- воздействующую функцию, направленную на то, чтобы побудить потенциального клиента приобрести товар; именно сделанный клиентом заказ и составляет в данном случае перлокутивный эффект.

Как и рекламный дискурс в целом, телепродажи имеют **манипулятивный характер**, «формируя» несуществующие потребности, убеждая приобрести товар, в котором, возможно, потребитель нужды не испытывал.

Тексты прямых эфиров телепродаж, как и другие рекламные тексты, характеризуются **поликодовостью**: помимо речевого компонента в них

144 | активно используется визуальная составляющая, связанная прежде всего с демонстрацией товара, с которым ведущие активно взаимодействуют – например, обувь трогают, глядят, поворачивают той или иной стороной, подвергают различным испытаниям (сгибают подошву, поливают поверхность водой, засовывают руку внутрь, комментируя свои ощущения, и т.д.), демонстрируют, как она выглядит на моделях. Кроме того, собственно речевой компонент (речь продавцов-ведущих) дополнен графически организованной информацией с использованием элементов разных кодов, преимущественно вербальных и цифровых.

Однако дискурсивная практика прямого телемаркетинга не только характеризуется признаками, общими для телерекламы в целом, но и обладает собственной спецификой. К специфическим чертам текстов телепродаж считаем возможным отнести следующие.

1. Возможность немедленного отклика (и более того, направленность на его получение). Собственно, основная задача продавцов-ведущих во время эфира – побудить покупателя-телезрителя принять решение о покупке «здесь и сейчас» и воплотить это решение в жизнь, сделав заказ прямо во время эфира. Заказ можно сделать по телефону через колл-центр, все необходимые для совершения этого действия сведения (номер лота, наименование товара, цена, номер телефона) постоянно присутствуют на экране в виде специальных маркеров-информантов. Такой «режим реального времени» способствует имитации прямого контакта.

Многие телемагазины осуществляют продажи и через Интернет, однако собственно интернет-магазины не рассчитаны на немедленный отклик (отметим, что на интернет-ресурсах телемагазинов также обеспечивается возможность просмотра телеэфира). В целях привлечения клиентов именно к телеэфиру телемагазины постоянно устраивают распродажи и акции, причем наиболее выгодные скидки и спецпредложения ограничены по времени, например, действуют только при заказе в течение эфира, посвященного данному товару.

2. Адресность, сфокусированность телемаркетинговых посланий на «своей» аудитории: в отличие от массовой телерекламы, «забывающей» эфир независимо от нашего желания, телемагазины в большинстве своем вещают либо в строго определенное время, либо постоянно, но на отдельных телеканалах, что дает их потенциальным клиентам возможность выбора и создает впечатление реального шоппинга (похода по магазинам), только более удобного (сидя на диване). Адресант может включить «продажный» телеканал тогда, когда у него возникает потребность приобрести какой-либо товар либо просто познакомиться с ассортиментом. Это оказывается важным для самоощущения потенциального клиента, который может выбирать, посетить ему телемагазин или нет, поскольку в задачи телемагазина входит не

только достижение сиюминутного эффекта путем разовой продажи товара, но и построение долгосрочных отношений с покупателем, формирование клиентской лояльности.

Основным **адресатом** телемагазина является условная «домохозяйка средних лет», женщина отнюдь не модельной внешности, часто имеющая избыточный вес (значительная часть одежды, продающейся через телемагазины в России, – одежда, представленная (цитирую) «в широком размерном ряде»). Именно у такой женщины больше шансов стать постоянным клиентом телемагазина. Особенности адресата, которые, разумеется, конкретизируются и меняются в зависимости от предлагаемого товара, обязательно учитываются продавцами-телеведущими.

3. Наличие прямых эфиров с «живыми» продавцами-телеведущими, призванными повысить уровень доверия потенциальных клиентов к данному торговому предприятию и предлагаемым им товарам, имитируя непосредственное общение продавца с покупателем в торговом зале. При этом, поскольку процесс торговли происходит посредством телеэкрана, они выступают и как телеведущие. Постоянных ведущих знают если не по фамилиям, то по именам, у зрителей есть свои любимчики, что, с одной стороны, роднит их с продавцами в соседнем магазине, куда ходишь каждый день, с другой – с ведущими, например, утренней программы, которую смотришь ежедневно. Важно, что продавцы телемагазина не только демонстрируют товар, но и обсуждают его достоинства: друг с другом, с приглашенными экспертами, гостями, среди которых могут быть и известные личности и т.д. Обсуждение товара, обмен впечатлениями о нем в режиме относительно неподготовленного общения оказывают значительный воздействующий эффект на потенциального клиента.

Особенностью данной дискурсивной практики является смена ролевых характеристик (масок) продавца: «рыночная зазывала», «модный эксперт-консультант», «подружка» (обычный человек, готовый обсудить с вами все достоинства товара, все его нюансы и детали, оказать помощь в выборе товара и принятии решения) и др.

Телепродавцы в полной мере реализуют свойственный массовой коммуникации конструктивно-стилевой вектор, определяемый слоганом «Оставайтесь с нами!» [Костомаров 2007], в том числе и за счет создания эффекта непринужденного, дружеского общения, широкого использования неподготовленной, спонтанной речи, повышающей доверие к ее содержанию.

4. Особые возможности для наглядной и подробной презентации товара: его достоинств, функций, особенностей употребления, если одежды – то, как она сидит на фигуре (на разных фигурах), как выглядит в движении и т.д. Подобные возможности далеко не всегда имеются при реальном шопинге.

5. Повышенная временная протяженность демонстрации и обсуждения товара в эфире дает возможность пользоваться широким арсеналом

146 | воздействующих, в том числе манипулятивных, средств, использовать самый широкий спектр средств рекламной аргументации в пределах одного текста.

6. Ведущая роль речевого воздействия: при имитации общения «продавец – покупатель» происходит смещение фокуса манипулятивных средств в креолизованном тексте телепродаж именно на речевую составляющую, текстовые элементы других кодов носят вспомогательный характер.

Дискурсивная практика телепродаж в прямом эфире характеризуется такими чертами, как

- устный характер коммуникации
- непрерывность речевого потока (во время эфира ведущие практически не замолкают; как правило, их двое, и они говорят по очереди, подхватывая реплики друг друга, ведя друг с другом диалог), быстрый темп речи
- высокая степень спонтанности речи
- имитация непринужденного, «живого», дружеского общения и, как следствие, выраженная и даже акцентируемая разговорность
- эмоциональность речи, ее повышенная громкость
- постоянно повторяющиеся ситуации общения (предложение большого количества однотипных товаров) и, как следствие, стремление разнообразить словесный репертуар, поиск новых выразительных средств
- стремление к созданию психологически комфортной обстановки, что обуславливает повышенную предупредительность по отношению к потенциальному покупателю.

Рассматриваемая дискурсивная практика, безусловно, требует полного и всестороннего анализа, однако в настоящей работе мы остановимся на некоторых наиболее ярких, с нашей точки зрения, ее чертах. К таковым мы отнесем специфику манипулятивного потенциала дискурсивной практики телепродаж, а также такую ее стилистическую черту, как акцентируемая разговорность.

Специфика манипулятивного потенциала телепродаж

Перед ведущими прямых эфиров телемагазина стоит весьма сложная задача – за относительно небольшой промежуток времени в режиме дистантной опосредованной коммуникации убедить потенциального клиента принять решение о немедленной покупке. Понятно, что для этого используется широкий арсенал воздействующих средств, в том числе имеющих манипулятивный характер.

Вслед за Г.А. Копниной в данной работе под речевой (языковой) манипуляцией мы понимаем «разновидность манипулятивного воздействия, осуществляемого путем искусного использования определенных ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата» [Копнина 2008: 25]. Для нас важно, что речевое манипулирование

связано как со скрытыми от адресата целями, так и с *особой организацией текста* (курсив наш. – А. Ж.) (техникой построения речи, в том числе риторическими приемами), восприятие которого приводит к добровольному принятию адресатом решения, выгодного манипулятору [Там же: 29].

Для манипуляции характерна «замена убеждения внушением» [Быкова 1999: 7], под которым понимается «воздействие на подсознание, эмоции и чувства человека, косвенно обеспечивающее воздействие на его ум, волю, поведение и осуществляющееся за счет ослабления контрольно-регулятивной функции сознания, снижения сознательности и критичности при восприятии и реализации внушаемого содержания, благодаря отсутствию целенаправленного активного понимания, развернутого логического анализа и оценки со стороны реципиента» [Шелестюк 2009: 44]. Внушение (суггестия) является одним из способов речевого воздействия, наряду с убеждением и побуждением. Именно этот способ в наибольшей степени характерен для изучаемой дискурсивной практики.

Удержание внимание телеаудитории заставляет ведущих быть достаточно активными: они передвигаются по студии, подходят к моделям, демонстрирующим товары, к стендам с платьями, кофтами, совершают различные действия с демонстрируемыми предметами и т.п. Однако нужно отметить, что «картинка» в прямом эфире телемагазина по преимуществу статична, ее разнообразит лишь показ товара в действии, а также демонстрация различных деталей. В связи с этим основную воздействующую нагрузку несет на себе собственно речь телеведущих. Именно она является важнейшим компонентом поликодового текста прямого эфира телепродаж. Ведущие говорят почти без пауз, подхватывая реплики друг друга, комментируя все свои действия и происходящее в студии, активно пользуются невербальными средствами коммуникации: мимикой и жестами, разнообразными паралингвистическими возможностями (интонация, громкость, изменение темпа и т.д.). При этом учитывается специфика восприятия телепередач: телепокупатель может подключиться к эфиру в любой момент, он может, например, не смотреть, а только слушать. Поэтому речь ведущего должна обладать особой фактурой – звучать непрерывно, быть разнообразной по своей интонационной структуре, энергичной, достаточно эмоциональной, содержать большое количество повторов.

Обратимся к манипулятивному потенциалу содержания речи телеведущих-продавцов. Здесь используются различные **манипулятивные стратегии**, наиболее значимыми из которых мы считаем:

- 1) стратегию перегрузки информацией (в терминологии Е.Л. Доценко [2000])
- 2) стратегию создания ажиотажа
- 3) стратегию эвфемизации.

1. Как пишет Е.Л. Доценко, при чрезмерно большом количестве информации «умственный процесс сортирования, который в обычных условиях способствует осмыслению информации, не в состоянии выполнить эту функцию» (Доценко 2000). Таким образом, цель стратегии **перегрузки информацией** – лишить адресата способности к критическому осмыслению последней. Проведем анализ реализации указанной стратегии в дискурсивной практике телемагазина. С этой целью рассмотрим фрагмент транскрипта одного из эфиров телемагазина Shop24:

«Ромашковый букет» от бренда «Германика» уже является выбором покупателей // ранее уже была презентация / комплект практически весь разобрали // скидка 1000 рублей у нас сегодня / действует на каждое размерное решение / полутораспальное / двухспальное и формат евро // краски / сочные здесь у нас / тональности / которые будут заряжать вас позитивом / энергией всякий раз / когда вы будете использовать данный комплект // к тому же здесь сочетание салатного цвета природного оттенка / он будет на вас благотворно влиять / вы будете расслабляться / вы будете ловить комфорт и ощущение того / что вы отдыхаете// и фиолетовый цвет Лариса это цвет творчества / это цвет дизайнеров / цвет таких фантазеров знаешь / которые все время что-нибудь придумывают / ну а здесь кстати ничего даже придумывать не надо / потому что «Германика» все сразу уже учла // она учла и то что здесь полная комплектация / и то, что здесь микрофибра // кстати для зимы это самый лучший материал / он плотный / он теплый / он мягкий // посмотрим реалистичный рисунок // как такое возможно / сейчас 3D графика / она вошла в нашу жизнь очень плотно / очень прочно и используется в тех рисунках / которые наносятся на комплекты постельного белья // но сейчас мы видим как раз эффект присутствия // мы эти цветы держим в руках или стоим рядом с ними // а натурально смотрится // мне хочется даже собрать букет из этих прекрасных ромашек // вы будете высыпаться в этом комплекте // и не только благодаря цветку / но и ткани / она волшебной мягкой // благодаря японцам мы получили такую ткань // это очень важный нюанс / потому что хочется / чтобы комплект вам служил характерно долго // к тому же здесь учтены все детали // посмотри какая прорезь на пододеяльнике // я считаю очень вместительная // у нас хорошее сегодня предложение // наши телезрители / готовясь к Новому году / наверняка подбирают подарки // отличный вариант для подарка / это самый лучший вариант для зимы // очень тепло и мягко в этом комплекте спать.

В данном фрагменте мы можем наблюдать нагромождение большого количества несистематизированной информации, неупорядоченное нанизывание различных аргументов, рациональных и эмоциональных, разной степени определенности и важности для передачи действительных полезных свойств продаваемого товара, доказательных и бездоказательных:

– утверждение о популярности данного товара (*«Ромашковый букет» <...> уже является выбором покупателей // комплект практически весь разобрали*)

– указание на материальную выгоду (*скидка 1000 рублей у нас сегодня*)

– апелляция к эстетическому чувству (*краски /сочные здесь у нас / тональности / которые будут заряжать вас позитивом / энергией всякий раз / когда вы будете использовать данный комплект*),

– апелляция к желанию испытывать приятные физические ощущения (*он плотный / он теплый / он мягкий; вы будете высыпаться в этом комплекте // и не только благодаря цвету / но и ткани / она волшебно мягкая; будут заряжать вас позитивом / энергией; он будет на вас благотворно влиять / вы будете расслабляться*)

– апелляция к желанию идти в ногу со временем (*реалистичный рисунок; 3D графика, эффект присутствия; микрофибра*)

– апелляция к качеству товара (*благодаря японцам мы получили такую ткань // это очень важный нюанс / потому что хочется / чтобы комплект вам служил характерно долго*)

– апелляция к желанию быть модным (*фиолетовый цвет / это цвет дизайнеров*)

– апелляция к желанию быть объектом заботы (*«Германика» все сразу уже учла // она учла и то, что здесь полная комплектация / и то, что здесь микрофибра; к тому же здесь учтены все детали*)

– указание на дополнительные возможности использования товара (*наши телезрители / готовясь к Новому году / наверняка подбирают подарки*)

– ссылка на личный опыт и личные впечатления (*мы эти цветы держим в руках или стоим рядом с ними; мне хочется даже собрать букет из этих прекрасных ромашек*).

Указания на полезные свойства товара (мягкость, способность обеспечивать хорошее самочувствие, комплектация, удобство эксплуатации (большая прорезь), возможность использовать их в качестве подарка, долговечность, теплота, японское качество, интересная расцветка – произвольно «рассыпаны» по тексту, подача аргументов не структурирована. Клиент телемагазина оказывается атакованным потоком иногда второстепенных аргументов, что лишает его возможности критически их осмыслить.

Линейность устной речи, к тому же непрерывной, производящейся в довольно быстром темпе и создающей впечатление творящейся у нас на глазах, как уже было сказано, снижают критичность восприятия реципиента, в потоке речи не замечающего целого ряда логических и фактических нарушений, которые становятся очевидными при анализе транскрипта:

1) *сочные краски будут заряжать энергией – салатовый цвет даст возможность расслабиться и отдохнуть – фиолетовый цвет – это цвет фантазеров, которые всегда что-нибудь придумывают* (имплицитно здесь

150 | содержится информация о том, что этот цвет возбуждает); первое и последнее утверждение противоречат тезису о том, что данный комплект позволит расслабиться, поскольку салатový и фиолетовый – два основных цвета, в которых он выполнен

2) *фиолетовый цвет – это цвет дизайнеров, которые все время что-нибудь придумывают – здесь ничего не нужно придумывать, все уже учтено* (противоречие между ссылкой на дизайнеров – создателей белья – и имплицитным суждением о том, что в дизайнерских идеях данный комплект не нуждался)

3) *«Германика» все сразу уже учла // она учла и то, что здесь полная комплектация / и то, что здесь микрофибра* (по тексту получается, что и тип ткани, и комплектация белья были выбраны не производителем, а кем-то другим, то есть мы имеем дело с возникшими в результате неудачного выбора языковых средств не соответствующими действительности характеристиками объекта).

Отметим, что в анализируемом фрагменте довольно много ортологических нарушений, главным образом нарушений сочетаемости (*вместительная прорезь, служить характерно долго, вошла в нашу жизнь плотно; ловить комфорт*) (Об ортологическом аспекте изучения дискурсивной практике телемагазина см. [Жукова 2016а, Жукова 2016б]).

2. Спецификой такого способа подачи информации, как **нагнетание ощущения срочности**, неотложности в телемагазине, является его обязательность. Исследователи рассматривают этот манипулятивный прием как свойственный прежде всего подаче информации в СМИ: «Считается, что нагнетаемое ощущение срочности резко усиливает манипулятивные возможности. <...>Человек просто не имеет времени, чтобы осмыслить и понять сообщения» [Кара-Мурза 2001: 175]. В дискурсе телемагазина данный феномен предстает как особая коммуникативная стратегия создания ажиотажа, основанная на нагнетании неотложности требуемого от адресата действия – совершения покупки, заказа немедленно, без обдумывания и критической оценки. В этих целях используется целый комплекс тактик:

– подчеркивание ограниченности времени: *Такие скидки последний день, завтра таких цен уже не будет; Предложение действует до конца эфира; Распродажа закончится ровно в полночь по московскому времени, спешите!* (TopShop)

– подчеркивание ограниченности количества товара: *Осталось всего 25 таких платьев, как же это мало на всю Россию!; Обратите внимание, размеры 46 и 48 уже находятся в красной зоне; Парабарапам! Осталось всего 16 платьев! Все меньше и меньше остается, кому-то может и не достаться; Ну все, начался, как мы говорим с Сережей, модный биатлон! Это когда начинают один за другим выстреливать размеры, находящиеся в красной зоне. – Да, уже распродан 52-й (Shop24)*

– указание на активность других покупателей: *За окном зима / а у нас жара в студии / потому что телефоны раскаляются от ваших звонков // ; Телефоны в нашем колл-центре уже раскались докрасна (Shop24); Пока вы сомневаетесь / другие покупатели не раздумывают / заказывают этот прекрасный комплект! (ShoppingLive).*

Рассмотрим реализацию указанной стратегии на примере фрагмент еще одного транскрипта прямого эфира телемагазина Shop-24, представляющего собой диалог двух ведущих, мужчины и женщины:

Ведущая: Да плюс к тому / посмотрите / уникальная кастрюля / ну а подарок-то какой великолепный / тот же самый швейцарский бренд Delimano // Это просто такая сладкая парочка / кастрюля-кассероль «Сила камня» и измельчитель Delimano // Почему сладкая парочка? // Потому что в измельчителе вы можете приготовить тесто для пирога / а пирог запечь в кастрюле // да / наша кастрюля не боится высоких температур // в духовку поставили и не боимся / что с кастрюлей что-то произойдет // мы же видели / какой вкуснейший пирог я приготовила // в этом же измельчителе вы можете / например приготовить основу для например любого овощного блюда // а потушить...

Ведущий: Лена / тридцать два подарка!

Ведущая: Всего-то!

Ведущий: Delimano Clarity Chopper представлен только тридцатью двумя штуками / Все/ ребят / скоро все / закончится и никаких подарков не будет // Увеличение подарка не предвидится // Бывали у нас случаи / когда продюсеры увеличивали количество / но не в этот раз / потому что ну настолько ценен подарок / друзья!//

Ведущая: Конечно!

Ведущий: Его стоимость две тыщи девятьсот девяносто девять рублей / но мы даже не о стоимости говорим // Ведь как часто заканчивался измельчитель от бренда Delimano / когда мы предлагали его приобрести / а сегодня мы его вам дарим // Друзья мои / вы подумайте // Когда-то заканчивался товар прямо во время прямого эфира / когда мы его продавали / его разбирали / как горячие пирожки / моментально // А сегодня это подарок / бесплатный / и вы думаете / он будет залеживаться?

Ведущая: Нет, конечно!

Ведущий: Он задержится у нас? Да ничего подобного! Тридцать два измельчителя от бренда Delimano / ну я думаю уже меньше / потому что / пока я тут рассуждал / останутся они или нет до конца эфира / кто-то звонил // не только / не просто кто-то / а большое количество людей успело позвонить за эти несколько секунд // Вы тоже можете успеть / пока еще есть в наличии подарки // Но звонить надо прямо сейчас // Действовать нужно оперативно / быстро ребята // заказывайте кастрюлю-кассероль «Сила камня» / которая несомненно / станет любимой посудой на вашей кухне //

Как видим, в данном фрагменте представлен целый комплекс тактик, реализующих стратегию создания ажиотажа и атмосферы состязательности:

– подчеркивание ограниченного количества подарков: – *Лена / тридцать два подарка! – Всего-то!*

– подчеркивание невозможности совершить действие в будущем: *Ребята, скоро все / закончится и никаких подарков не будет! Увеличение подарка не предвидится!*

– указание на активность других покупателей: *Тридцать два измельчителя от бренда Delitapo / ну я думаю уже меньше / потому что / пока я тут рассуждал / останутся они или нет до конца эфира / кто-то звонил // не только / не просто кто-то / а большое количество людей успело позвонить за эти несколько секунд //*

– указание на необходимость немедленного действия: *Вы тоже можете успеть / пока еще есть в наличии подарки // Но звонить надо прямо сейчас // Действовать нужно оперативно / быстро ребята //*

– указание на повышенную популярность и востребованность товара: *Ведь как часто заканчивался измельчитель от бренда Delitapo / когда мы предлагали его приобрести / а сегодня мы его вам дарим // Друзья мои / вы подумайте // Когда-то заканчивался товар прямо во время прямого эфира / когда мы его продавали / его разбирали / как горячие пирожки / моментально.*

Для реализации указанной стратегии используются такие средства, как

– риторические вопросы: *и вы думаете / он будет залеживаться? <...> Он задержится у нас?*

– псевдиалогические реакции, в которых как бы предвосхищаются реакции «правильного покупателя», своего рода реакции-подсказки: – *Лена / тридцать два подарка! – Всего-то!; – Бывали у нас случаи / когда продюсеры увеличивали количество / но не в этот раз / потому что ну настолько ценен подарок / друзья!// – Конечно!; – А сегодня это подарок / бесплатный / и вы думаете / он будет залеживаться? – Нет, конечно!; Он задержится у нас? Да ничего подобного;*

– лексические средства с семантикой скорости действия, временной ограниченности: *оперативно, быстро, прямо сейчас, моментально, как горячие пирожки, скоро все / закончится;*

– формы повелительного наклонения: *заказывайте спешите*

– модальные конструкции со значением возможности или необходимости: *Но звонить надо прямо сейчас // Действовать нужно оперативно / быстро ребята и т.д.*

Большую роль в реализации стратегии создания ажиотажа играют графические маркеры-информанты, постоянно присутствующие на экране и отражающие ситуацию с наличием товара. Например, маркер-информант *Продано* в левом верхнем углу экрана телемагазина Shop-24 указывает на то,

сколько единиц товара продано во время эфира. Это количество постоянно изменяется (Продано 16; Продано 25), причем ведущие постоянно обращают внимание покупателя на эти изменения: *но нужно одновременно / успеть позвонить и заказать / такое роскошное пальто «Алана» / потому что 45 да? / 45 штук / уже 43 / вот так быстро меняются цифры (Top Shop); Ты знаешь, мы уже не успеваем за счетчиком, вот пока мы тут стоим, уже 39 таких комплектов продано, и продажи активно продолжаются, и, между прочим, премьера дня претендует на то, чтобы стать абсолютным хитом, и это прекрасно, дорогие друзья, что мы можем предложить вам этот эксклюзив по низким ценам (Shop24); и всего / о-о-о / что я вижу / 24 пальто / конечно / а мы с тобой / буквально / может еще три минуты только (ShoppingLive).*

Изменения информации на маркерах тут же отражаются в комментариях ведущих, и такой синтез звучащей речи и визуально-графического компонента усиливает воздействующий эффект и служит поддержанию интереса покупателей, удержанию их возле телеэкрана.

Отметим, однако, что довольно часто подобные тезисы в речи ведущих отдают ненатуральным энтузиазмом, в них сквозят истеричные нотки; слишком быстрый темп речи и чрезмерная ее громкость напоминает базарных зазывал и быстро начинает утомлять и вызывает желание переключиться на другой канал.

Понятно, что способность демонстрировать воодушевление по поводу бесконечной вереницы похожих друг на друга товаров должна как-то искусственно поддерживаться, однако гораздо более благоприятное впечатление производят «интеллигентные» ведущие, умело сочетающие «искреннюю» заинтересованность в продаваемом объекте и внятную (не давящую) аргументацию.

Одним из важнейших средств, обеспечивающих воздействующий эффект рекламного текста, как известно, является **повторяемость**. В дискурсивной практике телепродаж роль повторов трудно переоценить. Большое количество повторов здесь не только обусловлено устной формой общения, но и (а может быть, и прежде всего) имеет коммуникативно-прагматическую значимость, будучи мощным средством речевого воздействия. В данной дискурсивной практике используются повторы ключевых слов, словосочетаний, тезисов. Повторяются, в частности, ключевые номинации – наименования товаров: *итак / роскошное пальто «Алана» / вот такое интересное название и интересное пальто // <...> но нужно одновременно / успеть позвонить и заказать / такое роскошное пальто «Алана» / <...>; потому что эта вещь / это пальто «Алана» / специально сделано для дам размера плюс // <...> уже 18 пальто «Алана» остается <...>; почему это именно пальто / вот мы говорим о пальто «Алана» / потому что оно на пуговицах <...> // мы можем смело рекомендовать вам эту новинку / роскошное пальто «Алана» (Shopping Live);*

154 | указание на возможность сэкономить / скидку / специальное предложение: – *Посмотрите на наш плащ / красиво / изыскано / а главноеэкономично! Да-да / вы сможете сэкономить до 1000 рублей / заказав его прямо сейчас!– Экономить вы можете не только время / что самое важное / не нужно стоять в очереди, ждать /представляете?// Но вы сэкономите и деньги !! А сегодня экономия составляет 1000 рублей / ведь позвонив прямо сейчас доставка бесплатно! – Да / Настен / ты права / сегодня часто качество не соответствует тем деньгам / которым мы платим. Но заказав плащ от Tom Far/ вы остаетесь в выигрыше!// Здесь идеально все!// Главное экономия// закажите плащ прямо сейчас и экономьте до 1000 рублей (Shop24); наиболее существенные, с точки зрения продавцов, характеристики товара: сразу хочется сказать / что здесь используется роскошный принт / <...> опять же анималистика // <...> и действительно ты права / что здесь используется довольно неординарный принт / в виде animal-принта <...>// а ведь такой леопардовый принт / он вне времени / возвращается мода каждые пять лет //<...> но я / говоря об animal-принте / хочу обратить внимание / что здесь использованы не только элементы animal-принта / но еще и такие вот рваные полоски / графичные элементы по бокам изделия // <...> помимо того / что и вязанный принт / и здесь действительно вот продуман / анималистика в сочетании с такой вот графичной / растительной тематикой // (Shopping Live) и т.д.*

3. Использование **стратегии эвфемизации** в прямых эфирах телепродаж наблюдается прежде всего в рекламе одежды. Применительно к данной дискурсивной практике следует говорить об эвфемизмах тематической группы ‘физическая полнота’. Дело в том, что среди потенциальных клиентов (прежде всего клиенток) телемагазинов, работающих в России, большое количество полных людей, и, ориентируясь на данную целевую группу, предлагается либо одежда «в широком размерном ряде», либо специализированные коллекции больших размеров. Презентация таких товаров связана с передачей чувствительных для потенциального адресата смыслов и поэтому требует «оборудования» корректными непрямыми именованями. Все это способствует активному использованию эвфемистических номинаций и более того – обновлению имеющегося репертуара «тематических» эвфемизмов». Сравнивая эвфемистический репертуар телемагазина с другими текстами рекламного дискурса сходной тематики, можно констатировать, что этот репертуар гораздо более обширен и разнообразен [Жукова 2016].

В телемагазине востребован широкий спектр эвфемистических обозначений тематической группы *полнота/тучность*. В качестве примера рассмотрим подгруппы с семантикой ‘полнота, жировые отложения’.

В качестве языковых эвфемизмов первой подгруппы в репертуаре телемагазина чаще всего встречаются такие, как *формы, объемы, (лишние) килограммы, (лишние) сантиметры* (только в форме мн. ч.), ср.: *при таком крое не*

будут видны **формы**; согласитесь, неэстетично смотрятся свисающие над поясом **формы**, а эти брючки все аккуратно подберут; фигура «песочные часы» будет и у вас, независимо от ваших истинных **объемов**; резиночка позволяет любым **объемам** разместиться в этих брючках; даже если есть лишние **объемы**, все они мягко скорректируются (Shop-24 и Shoppinglive); Но что же делать, если не удастся избавиться от **нескольких зимних сантиметров**? Выход есть – это красивая стильная одежда от бренда *Mia imperatrice* (Shopping live); Даже если у вас появилась пара **лишних килограммов**, наше сегодняшнее предложение поможет сделать силуэт практически безупречным (Shop-24).

Эвфемизм формы часто используется в сочетании с различными эстетизирующими эпитетами, такими, как *роскошные, шикарные, женственные, весомые, пышные, завидные, заметные, видные*, ср.: *Наши модели обладают завидными формами; Это достойное обрамление вашим шикарным женственным формам* (Shoppinglive). Наименования *сантиметры* и *килограммы* часто сопровождаются указанием на их небольшое количество с помощью неопределенного местоимения-числительного *несколько* или существительного *пара*.

Как можно заметить, круг языковых эвфемистичных наименований жировых отложений не так уж богат. Не случайно поэтому для камуфлирования этих не очень приятных для потенциального адресата номинаций используются так называемые функциональные эвфемизмы, т.е. такие, способность которых употребляться в данном качестве не обусловлена их лексической природой [Сеничкина 2008: 14].

В речи продавцов-ведущих нами зафиксированы следующие средства и способы эвфемизации:

1) определительные и неопределенные местоимения-существительные: *все, что-то, кое-что* в различных сочетаниях, ср.: *это платье подчеркнет грудь и прикроет все остальное; с таким фасоном мы с вами все прикроем; если есть что-то лишнее, все уберется; А-образный силуэт позволяет кое-что скрыть, избавляя вас от дискомфорта* (Shop24)

2) слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами: *брючки аккуратно подтягивают животик, если есть какие-то нежелательные складочки, немножко скорректировать фигурку; рукав позволяет прикрыть ручки* (Shop24)

3) существительные с широкой отрицательной семантикой: *несовершенства, недостатки, излишки, проблемы* (часто в сочетании с прилагательными *маленький, небольшой* или неопределенными местоимениями): *туника позволяет прикрыть какие-то недостатки фигуры; об этих маленьких несовершенствах никто не узнает; лиф достаточно свободно драпирует некоторые излишки фигуры; а этот пояс подсоберет какие-то проблемы* (Shop24); *сверху мы видим сборку, которая скрывает некоторые недостатки фигуры* (TopShop)

4) существительные с предельно размытой (диффузной) семантикой: *мesta, зоны, особенности, детали, нюансы, моменты* и т. д. (часто в сочетании с неопределенными местоимениями): *все особенности вашей фигуры будут здесь подкорректированы (TopShop); скрыть кое-какие места; некоторые зоны, которые хотелось бы прикрыть; туника сделала свое дело – подобрала какие-то нюансы, которые, скажем так, имеют место; не будет видно кое-каких маленьких деталей, так как платье достаточно широкое; когда мы садимся, некоторые моментики начинают виднеться (Shop-24)*

5) прилагательные с семантикой ‘отступление от стандарта’ – *нестандартный, индивидуальный*: *У меня фигура индивидуальная; дамы нестандартного телосложения (Shoppinglive)*

6) аналитические формы превосходной степени прилагательных с отрицанием: *пусть не самая стройная фигурка, смотреться будет замечательно (Shoppinglive)*, а также сочетание прилагательного с наречием степени и отрицанием: *ручка не очень худенькая, даже если талия не слишком стройная (Shop24)*

7) сочетания с наречиями *немножко/немножечко, чуть-чуть, чуть, чутьочку* (иногда с формами сравнительной степени): *немножко скорректировать бедра (Shopping live); этот рукав призван прикрыть то, что чуть-чуть лишнее в нашей фигурке; если бедра чуть сильнее акцентируются; если даже ручка чуть более объемная, ткани здесь достаточно (Shop24)*

8) контекстуальная неполнота: прикрыть *ягодицы, бедра* (вм. *полные, массивные ягодицы, бедра*); скорректировать *талию* (вм. *полную талию*); *накопили мы с вами здесь* (проводит руками вдоль туловища. – А. Ж.), *дорогие мои женщины* (вм. *накопили жира*) (Shop-24)

8) игровые наименования и перифразы: *даже если нам кажется, что у нас есть какие-то архитектурные излишества, леггинсы сто процентов помогут вам с этим справиться; они (застежки на корректирующем белье. – А. Ж.) помогают спрятать все наши архитектурные излишества и создать идеальный силуэт (Shoppinglive); такое платье будет красиво сидеть даже на фигуре, далекой от модельных стандартов (Shoppinglive).*

На примере указанной подгруппы эвфемистических наименований можно видеть, что эвфемизация здесь действительно носит последовательный и всеобъемлющий характер. Мы не встретим в указанных текстах прямых обозначений типа *жир, жировые отложения, грузность, тучность, ожирение* и т. д. Более того, ведущие стараются избегать даже словосочетания *излишний (лишний) вес*, камуфлирующие возможности которого, по-видимому, представляются недостаточными.

Эвфемизмы рассматриваемой тематической группы в дискурсе телемагазина обусловлены прагматическими задачами продаж и формирования клиентской лояльности, поэтому они призваны не просто «не обидеть» адре-

сата, а поднять его статус в собственных глазах, повысить его уверенность в себе. Отсюда эстетизирующая и комплиментарная направленность ряда эвфемистических наименований.

Проведенный анализ лишь некоторых, наиболее ярких, с нашей стороны, проявлений манипулятивного характера телепродаж, показывает, что в ней реализуется практически весь спектр манипулятивных механизмов, свойственный рекламным текстам. Спецификой указанной дискурсивной практики можно считать обусловленные экстралингвистическими параметрами интенсивность и многообразие проявлений каждого из рассмотренных механизмов на пространстве одного текста, а также их сложное взаимодействие и переплетение в структуре устного непрерывного дискурса.

Стилевая специфика телепродаж: устность и разговорность

Преимущественно устный характер обсуждаемой дискурсивной практики дает, как уже было отмечено, дополнительные возможности для осуществления воздействия на адресата. В этом смысле существенным оказывается такой стилистически значимый признак речи, как ее спонтанность/подготовленность. Применительно к устной медиаречи можно говорить о разной степени ее подготовленности: от абсолютно подготовленной звучащей речи, воспроизводимой, например, ведущими новостей по телесуфлеру, до абсолютно спонтанных фрагментов ток-шоу или интервью в прямом эфире. Устную речь в дискурсе телепродаж можно оценить как относительно подготовленную: разумеется, она имеет значительную степень подготовленности как в содержательном плане, так и с точки зрения использования повторяющихся тезисов и клише в сходных ситуациях, при демонстрации схожих товаров. Как отмечается в монографии О.А. Лаптевой «Живая русская речь с телеэкрана» в телевизионной речи, как разновидности устно-литературной речи, сосуществуют и взаимодействуют а) общелитературные нормы, б) отклонения от них, связанные с устным и неподготовленным характером речи, в) явления узуальной устно-литературной, в частности устно-разговорной нормы, с одной стороны, и г) явления разговорного стиля, с другой. Два последних пункта разграничиваются следующим образом: явления устно-литературной нормы по преимуществу автоматизированы, стандартны, обусловлены прежде всего устной формой речи, явления же разговорного стиля обусловлены прагматически и способны быть экспрессивными средствами [Лаптева 1999: 483–487].

Речь ведущих телемагазина также может быть отнесена к устно-литературной, поскольку в ней встречаются все вышеназванные позиции. Отметим, что в значительной степени анализируемая речь является монологической (даже когда ведущих двое и они вроде бы формально ведут диалог, чаще всего он представляет собой фрагменты монолога, лишь предваряющиеся «фор-

158 | мальню диалогическими» вступлениями). Проведем анализ монологического фрагмента транскрипта одного из прямых эфиров телемагазина TopShop:

Обратите внимание / у нас Наташа 56 размера / но она выглядит гораздо стройнее / именно за счет этих декоративных элементов / то есть здесь дизайнеры подошли к принту / не только с точки зрения того / что это модно / что это актуально / но еще и для того / чтобы зрительно выстраивать силуэт / потому что эта вещь / специально сделана для дам размера плюс / от 48 до 72 // много ли вы видели вещей в магазине 72 размера / которые бы вас не только грели / но еще и выстраивали правильно вашу фигуру / и делали ее более привлекательной / такой привлекательной / и конечно же / более стройной // что важно / вот эта вот передняя планка с пуговицами / да / у нее же задача не только вас согреть / да / запахнуть / закрыться / но еще зрительно вытянуть силуэт // Я попрошу Наташу повернуться / я хочу показать вам / как выглядит спинка // здесь абсолютно прямой силуэт / слегка приталенная / смотрите / мы не видим никаких очертаний бюстгальтера / нету у них / нету у нас никаких нюансов и вот в этой зоне / которая / как правило / является проблемной / и то же самое с линией бедер / и длина очень правильная // почему это пальто? / потому что это полноценная вещь / которую можно носить в том числе / с юбками-карандаш / эта длина оптимальна / для юбок длинных / для любых брюк / причем не важно / узких широких / потому что дамы 72 размера / как правило любят свободные какие-то формы // даже вот такие кожаные боки «Альбина» / да-да-да / это ни / это по-моему у нас брюки «Альбина» / они тоже прекрасно будут смотреться и более смелый такой образ // ну и конечно же / говоря о цене данной вещи / мне хочется акцентировать ваше внимание на том / что аналогичные вот такие пальто / потому что это не просто кардиган / это полноценное пальто / начинаются где-то от семи тысяч рублей //

Данный фрагмент фиксирует такие свойственные неподготовленной устной литературной речи явления, как

– оговорки и самоперебивы: *это ни / это, по-моему, у нас брюки «Альбина»; мы не видим никаких очертаний бюстгальтера / нету у них / нету у нас никаких нюансов и вот в этой зоне; выстраивали правильно вашу фигуру / и делали ее более привлекательной*

– сегментацию речи, стремление сегмента к смысловой и грамматической самостоятельности: *я хочу показать вам / как выглядит спинка // здесь абсолютно прямой силуэт / слегка приталенная*

– вынос наиболее информативного компонента в переднюю часть высказывания: *вот эта вот передняя планка с пуговицами / да / у нее же задача не только вас согреть*

– конструкции с включением: *аналогичные вот такие пальто / потому что это не просто кардиган / это полноценное пальто / начинаются где-то от семи тысяч рублей*

– пропуск компонента или целых смысловых звеньев (эллипсис): *аналогичные вот такие пальто <...> начинаются где-то от семи тысяч рублей (вм. цены на аналогичные пальто начинаются с ...); у нее же задача не только вас согреть / да / запахнуться / закрыться / но еще зрительно вытянуть силуэт (вм. хотя, конечно, с ее помощью можно / она позволяет> запахнуться, закрыться)*

– незавершенность структуры: *это по-моему у нас брюки «Альбина» / они тоже прекрасно будут смотреться и более смелый такой образ...*

– завершение конструкции другой структурой: *то есть здесь дизайнеры подошли к принту / не только с точки зрения того / что это модно / что это актуально / но еще и для того / чтобы зрительно выстраивать силуэт (кодифицированный вариант должен был бы выглядеть примерно так: не только подошли к принту с точки зрения его актуальности, но и использовали его для того, чтобы...)*

– конструкции с местоименным дублированием: *даже вот такие кожаные боки «Альбина» / да-да-да / это ни / это по-моему у нас брюки «Альбина» / они тоже прекрасно будут смотреться.*

В приведенном фрагменте обнаруживаются также устно-разговорные явления, в частности:

– употребление частиц типа *вот этот (вот), вот такой (вот)*, способствующего актуализации именной группы и содержащегося в ней интонационного центра, ср.: ***вот эта вот** передняя планка с пуговицами / да / у нее же задача не только вас согреть; мне хочется акцентировать ваше внимание на том / что аналогичные **вот такие** пальто / потому что это не просто кардиган / это полноценное пальто / начинаются где-то от семи тысяч рублей; **даже вот такие** кожаные брюки «Альбина» / да-да-да / это ни / это по-моему у нас брюки «Альбина» / они тоже прекрасно будут смотреться*

– использование местоименного наречия *где-то* в значении 'примерно, приблизительно': *начинаются **где-то** от семи тысяч рублей*

– употребление десемантизированного неопределенного местоимения: *как правило, любят свободные **какие-то** формы.*

Названные случаи лишь часть тех явлений устности и разговорности, которые характеризуют изучаемый дискурс. Однако все они принадлежат к явлениям автоматизированным, определяемым высокой степенью спонтанности исполнения речи. Как можно видеть, в целом речь ведущих телемагазина ориентируется на общелитературные нормы, в том числе синтаксические (с поправкой на устность).

Для анализа специфики дискурсивной практики в большей степени существенны явления **разговорного стиля**, то есть те средства, которые создают впечатление разговорности, а значит, выполняют прагматическую функцию имитации непринужденного, «живого» общения, создают разгово-

160 | ворную экспрессию. Напомним, что ориентация посланий телемагазина на основного адресата – условную «домохозяйку средних лет» – влечет за собой стремление к созданию эффекта, с одной стороны, общения в компании подруг, с другой – консультации доброжелательного и позитивного эксперта-профессионала, демонстрирующего доверительность и желание помочь. Такая атмосфера призвана способствовать созданию психологического комфорта процесса телепокупки и повышению доверия адресата к предлагаемой ему информации. Все это вызывает к жизни такую характеристику рассматриваемой дискурсивной практики, как **акцентуруемую разговорность**, создающуюся включением соответствующих элементов, придающих речи непринужденную тональность, ср.:

*Посмотрите, как **Оленька** здорово смотрится в этом пальто!*

*Очень интеллигентный цвет у **Машули** сейчас.*

*Всех **капризуль** сегодня удовлетворим.*

*Какая она **стройняшечка** стала!*

*Смотрите, как симпатично, **по-девчачьи**, эти **стразики** блестят!*

***Ой, я прям умираю**, как мне нравятся эти **рукавички**, как они **миленько** смотрятся!* (все примеры Shop24).

Такому эффекту способствует частое использование в речи продавцов-ведущих междометий и эмотивов, например:

***Ух ты** / посмотри / он (робот-пылесос. – А.Ж.) еще и препятствия способен преодолевать / натывается на мою ногу и в другую сторону едет (TopShop).*

***Ого** / как ярко блестят наши сережки! Хоть это и бижутерия / но честное слово / блестят как настоящие бриллианты // (Shoppinglive).*

***Вау** / просто глаз оторвать невозможно! (Shop24)*

***Боже мой** / ты сейчас просто меня описала! / Клавиши например / вообще очень сложно очистить. Сколько ни пробовала / все без толку! (Shoppinglive)*

***Ох** / не хочу хвастаться / но я уже приобрела себе такую туничку (Shop 24).*

***Анечка /охохох** / ты трансформацией здесь занимаешься // С нашим пуховиком это раз плюнуть (Shop24).*

Одним из характерных признаков рассматриваемой коммуникативной сферы является обилие **димиутивов** – слов с уменьшительными и ласкательными суффиксами. При этом речь идет об использовании димиутивов исключительно с прагматическими целями, при отсутствии собственно семантики уменьшительности. Для иллюстрации этой мысли обратимся к пояснению в «Стилистическом словаре русского языка»: «В социальных контактах для поддержания общения в нужной тональности употребляются этикетные формулы – равноуровневые языковые единицы, принятые в определенных ситуациях, в разных социальных группах. Единицы речевого этикета отражают постоянные социальные признаки участников общения: их возраст, степень образованности, воспитанности, место рождения, воспитания

и жителя, пол, а также переменные социальные роли (товарищ, пациент, клиент, милиционер и др.)» [Кожина 2003: 146]. К таким «разноуровневым языковым единицам» относятся и диминутивы. Характеризуя телевизионную речь, О.А. Лаптева отмечает, что «уменьшительные формы в общественно значимых разновидностях устно-литературной речи встречаются нечасто, потому что с ними связано представление об интимности речи» [Лаптева 1999: 134]. В рассматриваемой же дискурсивной практике, напротив, можно отметить значительную активность подобных образований.

По мнению Л.Н. Крысина, использование большого количества диминутивов, расцениваемых говорящими как показатели вежливости, элементы речевого этикета, характерно для так называемого просторечия-2, среди носителей которого немало представителей сферы обслуживания, таких, как продавцы, портные, парикмахеры, официанты и др. [Крысин 2000]. Таким образом, диминутивы весьма частотны в сфере прямого общения продавца и покупателя, где их могут использовать в качестве показателей вежливости и смягчения просьбы обе стороны. В речи ведущих телемагазина функцией диминутивов является установление контакта с покупателем-телезрителем, создание доверительной атмосферы.

Установлению доверительной атмосферы, реализации функции интимизации речи способствует в первую очередь использование уменьшительно-ласкательных форм имен собственных. В изучаемом речевом контенте эти формы используются как в коммуникативном режиме – в качестве обращений, так и в нарративном – в случаях, когда ведущие называют в своей речи друг друга или моделей по имени, не обращая к ним.

*Да / ты права **Женечка** / потому что жакет у нас идет совершенно отдельной историей / которую можно вообще сочетать с другими вашими вещами (ShoppingLive).*

*Я не знаю как у кого / но у нашей **Танечки** это заметно (Shop24).*

***Анюта** / ты заметила, что мех у нас отстегивается отдельно? (TopShop).*

***Катюша** вот сейчас демонстрирует туничку на себе / посмотрите какая сразу худенькая она стала / в этой туничке (Shop24).*

***Олеженька** / доброе утро! (Shop24).*

*Посмотрите, как **Оленька** здорово смотрится в этом пальто! (Shop24).*

*Очень интеллигентный цвет у **Машули** сейчас (Shop24).*

Скопление диминутивов – нарицательных существительных – наблюдается в прямых эфирах, демонстрирующих одежду, обувь и аксессуары, ими главным образом обозначают предметы одежды и обуви и их детали и характеристики, а также части тела.

*Здесь у нас такой эффект **бананчиков** наблюдается (Shop24).*

*Посмотрите /**подкладочка** / все здесь говорит об уровне изготовления! (Shop24).*

162 | *Посмотрите / **планочка**, закрывающая молнию / все закрыто / вас не продует и вы не заболите / ведь мы заботимся о вашем здоровье (Shop24).*

***Резиночка** не позволяет лопаться ниточкам /при подтягивании рукавчика (Shop24).*

***Ветровочка** на молнии /украшенная **отделочкой** с кружевом / это хит наших продаж (Shop24).*

*Ну и посмотрите / **кармайки** отделаны специальным клапаном / тоже с геометрическим принтом (Shopping live);..*

***Пуговки** давайте посмотрим (Shoppinglive).*

*Я подумал, что здесь просто такая спортивная **спиночка** / такая у Наташи **осаночка** появилась (Shop24).*

*По **спиночке туничка** длиннее / чем спереди (TopShop).*

*На **Valex** шов очень мягкий / и не причинит боли вашим **ножкам** (Shop24).*

*Надевая такой жакет, **спинка** у нас распрямляется (Shopping live);.*

***Эмочка, элечка** и **XL**/ вот такие размеры у нас есть (Shop24).*

Уменьшительно-ласкательные формы могут приобретать не только существительные, но и прилагательные и наречия, обозначающие признаки предметов одежды, ее деталей, характеристики телосложения:

*Рукавчики не в **облипочку** / пройдут даже полненькие **ручки** (Shop24);*

*Поясочек очень **миленький** (Shoppinglive);*

*Мы все с вами хотим выглядеть привлекательно/ **худенько** / **стройненько** / при этом ничего абсолютно не делать / мы ведь естественно все с вами **лентяйки** / мои дорогие женщины (Shop24).*

*Ольга носит размеры от 54 до 56, но где эти размеры, я просто не понимаю. **Тоненькая!**(TopShop).*

Обилие уменьшительно-ласкательных форм, по-видимому, должно «работать» на демонстрацию важности покупателя, обеспечивать своего рода «игру на повышение» его статуса, создавая «пристройку снизу». С другой стороны, подобные средства направлены на сокращение дистанции между продавцом и покупателем. Кроме того, диминутивы в ряде случаев выполняют эвфемистическую функцию (см. об этом выше).

Отметим, что в речи разных ведущих количество диминутивов может различаться: есть ведущие, склонные к повышенному употреблению этих единиц (таковы, например, практически все ведущие телемагазина Shop24), а есть такие, в чьей речи их заметно меньше. Интересно, что к «любителям» диминутивов относятся не только женщины, но и мужчины.

Стремление к повышенной «диминутивизации» имеет оборотную сторону: далеко не всегда «уменьшительность» выглядит органично, в ряде случаев она вызывает комический эффект, ср.: *Платье будет сидеть превосходно на своей **счастливой хозяйюшке** (Shop24); **Эластичная вставочка** – это такая **деталька**, которая работает на удобство этой модели (TopShop); **Посмотрим, как сде-***

лан рукавчик; В каждом гардеробе должна быть такая **моделька** (TopShop); Это как раз то, что вам не хватает в вашем **гардеробчике**. Эту юбку вы можете носить на талии, а можете приспустить на **бедрышки** (Shop24).

Иногда употребление диминутивов можно оценить как неуместное из-за неучета «дополнительной» отрицательной коннотации, привносимой в значение лексической единицей уменьшительно-ласкательным суффиксом. Так, в примерах: *Даже самая капризная дамочка останется довольной; Посмотрите на нашу Наташу в этом платье! Такая экзальтированная дамочка, которая только что вышла из дорогой иномарочки!* (Shop24) мы можем констатировать неучет наличия в лексическом значении слова *дамочка* отрицательных – унижительных, иронических – коннотаций. Такому впечатлению способствует и неучет семантики слова *экзальтированный* ‘находящийся в состоянии экзальтации, т.е. восторженно-возбужденном состоянии, в которое человек часто приводит себя намеренно, выставляя напоказ свои чувства’ [Крысин 2008: 903], говорящий явно не понимает значения данного слова, наличия у него отрицательной коннотации, скорее, он понимает данное слово как ‘модная, богато и броско одетая’.

Выводы

Одной из актуальных тенденций развития современного речеведения является поиск путей интеграции теоретических положений функциональной стилистики и дискурсологии, понимаемой как науки о тексте, взятом в совокупности его социально-коммуникативных характеристик.

Такой подход особенно актуален при изучении текстов современных масс-медиа, которые в силу своего речевого разнообразия и разнородности не могут быть охвачены понятием *публицистический стиль*. Все это заставляет специалистов по стилистике при изучении текстов массмедиа обращаться к понятиям и терминам дискурсологии. Считаем возможным взять за основу точку зрения О.С. Иссерс, согласно которой сегодня становится важным внимание лингвистической науки к эмпирическому изучению *дискурсивных практик*, возникающих в пределах существующих дискурсов, являющихся результатом их преобразований, возникновение новых форматов коммуникации.

Находящийся в фокусе нашего внимания такой формат общения, как телепродажи, можно квалифицировать как особую дискурсивную практику, которая совмещает в себе особенности нескольких дискурсов: рекламного дискурса и дискурса прямых продаж как разновидностей маркетингового дискурса, с одной стороны, и масс-медийного телевизионного дискурса, с другой стороны. Важно иметь в виду, что названные дискурсы сами по себе находятся друг с другом в отношениях пересечения и взаимопроникновения.

Телепродажи как дискурсивная практика не только совмещают в себе социально-коммуникативные характеристики указанных дискурсов, но и обладают

164 | собственными специфическими чертами: прямые эфиры с продавцами-телеведущими, возможность немедленного отклика покупателя, технические и временные возможности для подробной презентации товара и его обсуждения. Адресатом телемагазина является покупатель – тот, кто «зашел в магазин», случайно или намеренно включив соответствующий канал. В отличие от «традиционной» телерекламы в креолизованном тексте телепродаж ведущую информативную и воздействующую роль выполняет речевой компонент – речь продавцов-телеведущих (адресат), которые должны завладеть вниманием покупателя и заставить его сделать заказ.

Все это предъявляет ряд требований к их речи, к которым относятся, в частности, ее эмоциональность, энергичность, непрерывность, высокая степень спонтанности, максимальная корректность выражения при обсуждении возможно неприятных тем и т. д.

Телепродажи как разновидность рекламы имеют манипулятивный характер. Нами были выявлены характерные для данной дискурсивной практики манипулятивные стратегии, наиболее ярко характеризующие ее специфику: 1) стратегия перегрузки информацией, 2) стратегию нагнетания срочности и создания ажиотажа и 3) стратегию эвфемизации.

Указанные стратегии приобретают в изучаемой дискурсивной практике свою специфику. Стратегия перегрузки информацией реализуется при помощи нагромождения разноплановых, часто второстепенных аргументов в пользу принятия решения о покупке, которое снижает возможность критического их осмысления, ранжирования по степени важности и т. д. В реализации стратегии создания ажиотажа активно задействуются визуально-графические средства (маркеры-информанты). Обе эти стратегии активно задействуют такие средства текстовой связи, как повторы, которые в телепродажах выполняют, помимо прочих, суггестивную функцию.

Рассмотрев стратегию эвфемизации на примере эвфемистических обозначений физической полноты и жировых отложений, можно констатировать последовательность эвфемизации, разнообразие репертуара эвфемизмов и их «повышенную эстетизированность».

Немаловажную роль в формировании речевого облика телепродаж играют такие характеристики, как высокая степень спонтанности речи и акцентуруемая разговорность, так или иначе «работающие» на создание впечатления живого, непосредственного общения и повышение доверия покупателя к получаемой информации. Акцентуруемая разговорность создается при помощи таких элементов, как эмотивы и междометия, разговорная и просторечная лексика, а также диминутивы.

В заключение отметим, что предлагаемый в настоящей статье анализ не претендует на всесторонность, однако позволяет зафиксировать «наиболее яркие диагностирующие пятна» [Николаева 1991: 73], дающие

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137.
2. Баженова Е.А. Дискурс – текст – стиль в ракурсе функциональной стилистики // Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты [Электронный ресурс]: Коллективная монография / Под ред. Г.Я. Солганика, Н.И. Клушиной, Н.В. Смирновой. 2-е изд., стер. М.: Флинта: Наука, 2014. С. 18–26.
3. Большой толковый словарь русского языка. Гл. ред. С.А. Кузнецов. [Электронный ресурс] // Название сайта: [gramota.ru] URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts/> (дата обращения: 12.09.2016).
4. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ.; Сост. В.В. Петрова; Под ред. В.И. Герасимова; Вступ. ст. Ю.Н. Караулова В.В. Петрова. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
5. Гусейнова И.А. Коммуникативно-прагматические оснвания жанровой системы в маркетинговом дискурсе: Автореферат дисс. ... д-ра филол. наук. М., 2009.
6. Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты [Электронный ресурс]: коллективная монография / Под ред. Г.Я. Солганика, Н.И. Клушиной, Н.В. Смирновой. 2-е изд., стер. М.: Флинта: Наука, 2014. 268 с.
7. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: ЧеРо; Изд-во МГУ, 2000.
8. Жукова А.Г. «Продажные» медиа как зона ортологического риска // Учимся говорить по-русски. Речь электронных СМИ в контексте медиастилистики: коллективная монография / Под ред. Е.Л. Вартановой. М.: МГУ им. М.В. Ломоносова; Некоммерческое парт-во фак. журналистики, 2016. С. 75–84.
9. Жукова А.Г. Выбирайте размерное решение в зависимости от ваших форматов (к вопросу о дискурсивной обусловленности эвфемии) // Международная конференция «И.А. Бодуэн де Куртенэ и мировая лингвистика» (Казан. федер. ун-т, 12–15 окт. 2015 г.): Тр. и матер.: в 2 т. / Под общ. ред. К.Р. Галиуллина, Е.А. Горобец, Г.А. Николаева. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. Т. 2. С.110–112.
10. Жукова А.Г. О проявлении антинорм в языке телемагазина // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. Вып. 5. Материалы V Конгресса РОПРЯЛ (Казань 5–8 октября 2016 г.). СПб., РОПРЯЛ, 2016. С. 179–183.
11. Жукова 2016 – Жукова А.Г. Эвфемизмы со значением «полнота», «жировые отложения» в рекламном дискурсе // Человек в информационном пространстве: сб. научных трудов / Под общ. ред. Т.П. Курановой. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2016. С. 127–133.

- 166 | 12. Земфирина 2016 – Земфирина Ю., Гаршенин К., Бердзенишвили Г. Прямой маркетинг: изучаем новые способы продаж // Коммерческий директор: электронный журнал. [Электронный ресурс]. Опубликовано 27 июня 2016 г. Дата обращения 20.11.2016 г. // URL: <http://www.kom-dir.ru/article/1297-qqq-16-m6-27-06-2016-pryamo-y-marketing>
13. Имшинецкая И.А. Речевой стиль коммерческой рекламы в его жанровых разновидностях: Автореферат дис. ... канд. филол. наук по спец. 10.02.01. Пермь, 2007.
14. Иссерс О.С. Дискурсивные практики нашего времени. 2-е изд., испр. М.: ЛЕНАНД, 2015. 227 с.
15. Кара-Мурза Е.С. Конфигурация коммуникативных субъектов в текстах потребительской рекламы // Лингвистика речи. Медиастилистика [Электронный ресурс]: Колл. монография, посвященная 80-летию профессора Г.Я. Солганика. 2-е изд., стереотип. М.: ФЛИНТА, 2013. С. 140–151.
16. Кара-Мурза Е.С. О бедной рекламе замолвите слово // Журналистика и культура русской речи. Вып. 3. М., 1997. С. 17–31.
17. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. 864 с.
18. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Гнозис, 2004.
19. Клушина Н.И. Интенциональный метод в современной медиастилистике // Лингвистика речи. Медиастилистика [Электронный ресурс]: Колл. монография, посвященная 80-летию профессора Г.Я. Солганика. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2013. С. 334–343.
20. Клушина Н.И. Медиастиль и его интенционально-коммуникативная структура // Активные процессы в социальной и массовой коммуникации: Коллективная монография / Отв. ред. и сост. Н.В. Аниськина, Л.В. Ухова. Вып. 2. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2016. С. 5–12.
21. Кожина М.Н. Речеведение // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 332–339.
22. Кожина М.Н., Дускаева Л.Р. Салимовский В.А. Стилистика русского языка: Учебник. М.: Флинта: Наука, 2008.
23. Коньков В.И. Разновидности русской речи в СМИ: категория стиля // Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты [Электронный ресурс]: коллективная монография / Под ред. Г.Я. Солганика, Н.И. Клушиной, Н.В. Смирновой. 2-е изд., стереотип. М.: Флинта: Наука, 2014. С. 207–217.
24. Копнина Г.А. Речевое манипулирование: Учеб. пособие / Г.А. Копнина. 2-е изд. М.: Флинта, 2008. 176 с.
25. Крысин Л.П. О некоторых изменениях в русском языке XX века // Исследования по славянским языкам. 2000. № 5. С. 63–91. [Электрон-

- ный ресурс]. Дата обращения: 15.11.2016 г. // URL: <http://philology.ru/linguistics2/krysin-00.htm>
26. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. М.: Эксмо, 2008.
 27. Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана: разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. М.: УРСС, 1999. 520 с.
 28. Лингвистика речи 2013 – Лингвистика речи. Медиастилистика [Электронный ресурс]: Колл. монография, посвященная 80-летию профессора Г.Я. Солганика. 2-е изд., стер. М. : ФЛИНТА, 2013. 258 с.
 29. Маградзе Р. Тенденции развития телемагазинов // Теле-Спутник. 2013. № 8. С. 54–56.
 30. Николаева Т.М. «Социолингвистический портрет» и методы его описания // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. Доклады Всесоюзной научной конференции. Ч. 2. М., 1991. С. 73–75.
 31. Сайт центра дистанционного образования «Элитариум» [Электронный ресурс] – дата обращения 20.12.2016 г. // <http://www.elitarium.ru/chto-takoe-marketing-opredelenie-process-obmen-usluga-proizvoditel-pokupatel-cel-deyatelnost-prodazha-strategiya/>
 32. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы, или Метаморфозы рекламного образа. М., 1999.
 33. Шелестюк Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. Автореф. ... дис. д-ра филол. наук. Челябинск, 2009. 300 с.
 34. Сеничкина Е.П. Словарь эвфемизмов русского языка / Е.П. Сеничкина. М.: Флинта: Наука, 2008. 464 с.

Современные технологии в преподавании русского языка

Понятие «педагогическая технология» активно вошло в систему гуманитарного школьного и вузовского образования в середине XX века. Появление данного понятия сразу привело к уточнениям как его вербального облика, так и сути. Говорили о технологиях в обучении, о принципах и приемах оптимизации учебного процесса, об образовательных технологиях, о технологичности обучения, о моделировании учебного процесса в рамках конкретной технологии, о совокупности приемов и т.д. Собственно, и сегодня мы не можем утверждать, что в дидактике и методике обучения сложилась четкая система определений и классификаций педагогических технологий, безоговорочно принятая всем научным и педагогическим сообществом. Почему? Дело в том, что термин «технология» часто естественным образом направляет мысль человека в сторону техники, технических средств обучения. Это понятный ход рассуждений, так как большинство толковых и энциклопедических словарей раскрывает суть понятия «технология» как производного от греческого *téchnē* – искусство, мастерство, умение и *-логия* – наука, знание, учение. Далее, как правило, говорится о наиболее эффективных и экономичных производственных процессах. Например, *технология* – совокупность производственных процессов в определенной отрасли производства, а также научное описание способов производства (14, 692); или, *технология* – совокупность наук, сведений о способах переработки того или иного сырья в фабрикат, в готовое изделие (20). В связи с этим мы часто слышим от педагогов: «Учебная технология – это широкое применение технических средств на уроке: компьютеров, мультимедийных и аудиовизуальных проекторов». Отчасти это верно, но технические средства обучения – это лишь малая составляющая сложного, часто алгоритмизированного, процесса использования той или иной педагогической технологии в учебном процессе. Более того, некоторые технологии могут быть прекрасно реализованы вовсе без техники.

Еще одной неоднозначной, но довольно прочно утвердившейся точкой зрения является такая: *информационная* технология – это компьютерная технология. Однако мы не можем безоговорочно согласиться с ней. Дискуссия по этому вопросу ведется и в современной научной литературе. Например, О.В. Самарцева в книге «Информационные технологии в преподавании русского языка». (16, 148) пишет: «В широком смысле под информационной технологией можно понимать любую педагогическую технологию, так как

учебно-воспитательный процесс невозможен без обмена информацией»; (16, б). и далее: «...компьютерные и информационные технологии нельзя отождествлять. В 2006 году Г.К. Селевко в книге «Энциклопедия образовательных технологий» (20, 816) написал: «Компьютерные технологии обучения (КТ) – это процессы подготовки и передачи информации, главным средством осуществления которых является компьютер, в то время как информационными образовательными технологиями называют все технологии в сфере образования, использующие специальные технические информационные средства (компьютер, аудио, кино, видео) для достижения педагогических целей» (20, 180–181). Близкие определения находим у В.А. Трайнева и И.В. Трайнева (19; 6–7, 43): «Информационная технология (ИТ) обучения – это педагогическая технология, применяющая специальные способы, программные и технические средства (кино-, аудио- и видеотехнику, компьютеры, телекоммуникационные сети) для работы с информацией». Компьютер, таким образом, является одним из многих возможных средств, применяемых в учебном процессе».

Видимо, науке еще предстоит ответить на вопрос, возможно ли информационной называть лишь ту технологию, которая использует специальные программные и технические средства для работы с информацией? Получается, если на занятии информация передается напрямую от преподавателя к ученикам без вспомогательных средств, то это не информационная технология. В таком умозаключении, безусловно, содержится некий парадокс.

Теперь рассмотрим, какие сегодня существуют мнения о том, что такое «технология обучения» в целом. Существуют разнообразные современные точки зрения на определение понятия *педагогическая технология*. Например, Т. Сакамото (Япония) (4, 6) называет технологией систематизированное обучение на основе системного способа мышления. А.К. Колеченко (Россия) понимает под педагогической технологией набор операций по конструированию, формированию и контролю знаний, умений, навыков и отношений в соответствии с поставленными целями (9, 150). Н. Таланчук (Россия) определяет технологию в учебном процессе следующим образом: «Педагогическая технология – упорядоченная система действий, выполнение которых приводит к достижению поставленных целей» (4, 6). А.В. Хуторской (Россия) так расшифровывает термин *технология*: совокупность определенных форм и методов обучения, обеспечивающая создание учениками образовательной продукции (13, 172). Международный ежегодник по технологии образования и обучения (1978) предлагал свой взгляд на проблему: «Обучающая технология – это а) выявление принципов и приемов оптимизации образовательного процесса; б) использование ТСО» (4, 6). О том, что такое современная педагогическая образовательная технология, рассуждает и В. Беспалько (Россия): «Это: а) педагогическое мастерство, б) описание (проект) процесса

170 | формирования личности учащегося, в) содержательная техника реализации учебно-воспитательного процесса» (4, 7).

Так или иначе, речь о технологизированном обучении идет тогда, когда мы говорим о четкой последовательности действий педагога, об общих закономерностях процесса обучения, о предельно конкретно сформулированных целях и задачах, достижение которых на каждом этапе обучения проверяется разработанными измерителями, о способах взаимосвязанной деятельности учителя и ученика и их роли в образовательном процессе, о гарантированном достижении намеченного результата каждым обучающимся. Наиболее кратким, но одновременно емким определением образовательной технологии является следующее: *образовательная технология* – это конструирование учебного процесса с гарантированным достижением целей (Кларин М.) (4, 7).

В современной дидактике созданы теоретические предпосылки для развития этой идеи, определены структурные компоненты образовательной технологии.

Как правило, в структуре технологии обучения выделяется четыре фазы:

1. Диагностика уровня усвоения учебного материала и отбор обучаемых в группы с однородным уровнем уже имеющихся знаний и опыта.

2. Мотивация и организация учебной деятельности учащихся. Основная задача учителя на этом этапе – привлечение учащихся к занятиям познавательной деятельностью и поддержка этого интереса.

3. Действие средств обучения. Этот этап и есть собственно процесс обучения, на котором происходит усвоение учебного материала учеником при взаимодействии со средствами обучения.

4. Контроль качества усвоения материала.

Как видим, вырисовывается своеобразная система: цель – средства – правила их использования – результат. Это базовое основание любой технологии образования.

Кроме того, современные образовательные технологии предлагают инновационные модели построения такого учебного процесса, где на первый план выдвигается взаимосвязанная деятельность учителя и ученика, нацеленная на решение как учебной, так и практически значимой задачи. Это не противоречит творческим процессам личностного совершенствования, так как каждая из педагогических технологий имеет собственную зону, в пределах которой происходит развитие личности. При этом, например, по мнению И.А. Колесниковой, если речь идет о технологическом взаимодействии с другими людьми, которые автономны в своем развитии, как все живые системы, то нужно прогнозировать некий диапазон изменений, которые педагог способен и имеет право произвести в конкретной профессиональной ситуации (8, 58). То есть речь идет о диагностике обучаемых перед началом использования той или иной технологии и по завершении работы по ней.

Диагностика готовности обучения личности по определенной технологии – это, в каком-то смысле, диагностика языка, на котором личность будет говорить с окружающим миром и изучение способности понимать ею другие языки.

В мировой педагогической практике идея создания образовательных технологий окончательно оформилась к середине XX века. Первоначально философия обучения с *гарантированным* положительным результатом выстраивалась на концепции технического обеспечения образовательного процесса. Существенно поменяло ситуацию поиска совершенных педагогических методов преподавания понимание того, что технические средства лишь незначительно повышают эффективность обучения.

В связи с этим, интересным и принципиально важным, с нашей точки зрения, является понимание того, что технологические подходы к обучению впервые появились задолго до технократического XX века. Эта идея на протяжении веков влияла на развитие научной педагогической мысли. Почти 400 лет назад Я.А. Коменский во введении «Привет читателям» к своему знаменитому труду «Великая дидактика» (1632) обосновал одну из ведущих задач теории обучения – «всех учить всему», но учить при этом «с верным успехом, так, чтобы неуспеха последовать не могло». Таким образом, была сформулирована одна из важнейших идей технологии – гарантированность результата. Была определена и другая идея технологичного подхода – учить быстро, чтобы ни у педагога, ни у обучающихся «не было обременения или скуки». Механизм обучения, то есть учебный процесс, Я.А. Коменский называл «дидактической машиной». А чтобы эта «машина» привела к успешным результатам, нужно было:

- отыскать цели
- отыскать средства достижения этих целей
- отыскать правила пользования этими средствами.

Таким образом, каждая из составляющих современной технологии обучения: цель – средства – правила их использования – результат, – оригинально интерпретируется в теории Я.А. Коменского.

Однако эти идеи не получили широкого распространения в свое время, так как ни в XVII, ни в XVIII веке новые дидактические идеи не были глубоко осмыслены. Европейская педагогика практически не занималась коммуникацией, развивались естественные способности учащихся в натуральных условиях.

К концу XIX века общеметодологической основой образования стали психологические разработки, возник интерес к интроспекции, ответным реакциями организма на предъявляемые стимулы (бихевиоризм), поэтому идеи технологий также не были реализованы.

Мнение о необходимости изменения существующей системы образования окончательно сложилось лишь в XX веке, когда в эпоху радикальных соци-

172 | альных изменений развитие страны мира столкнулись с информационным кризисом, возникло противоречие между накопленным человечеством знаниями и их восприятием людьми. Главной целью в это время становятся новые коммуникационные средства, информационные службы, системы, сети, признается постоянно растущий потенциал вычислительной техники и техники связи. Новому «типу» общества должна была соответствовать новая система образования: именно в это время технику стали использовать в преподавании, первоначально связывая понятие «технология» с наличием в аудитории технических средств обучения. Тогда же была осознана потребность в создании такой системы обучения, в которой строго определены цели, содержание, структура, методы контроля и конечный результат, система, которую можно применить далеко не в каждом учебном процессе. Это педагогическое направление в дидактике было названо рационалистической или технократической моделью обучения. Педагоги, работавшие в рамках данной модели, искали и находили рациональные способы усвоения знания школьниками как с использованием техники в качестве основного средства обучения, так и с привлечением ее в качестве вспомогательного средства. Кроме техники составляющими педагогической технологии стали лучшие наработки педагогики, психологии, социологии, дидактики, народной педагогики, накопленные за многие годы, поэтому удалось переосмыслить первоначальную идею педагогических технологий как выражение процесса подготовки выпускника, владеющего конкретным набором общеучебных и специальных умений, так называемым «поведенческим репертуаром». Во второй половине 70-х гг. понятие «педагогическая технология» расширилось, к нему стали относить все, что касается рационализации учебного процесса.

Уточним при этом, что рационалистический подход к обучению имеет ярко выраженную бихевиористическую окраску (от англ. – behaviour – поведение). При его реализации основное внимание уделяется постановке лишь таких целей, которые несомненно можно распознать в конкретных действиях ученика. Что значит, например, знать конкретное правило по русскому языку? Возможно, запомнить его и воспроизвести? А может быть, уметь читать это правило и объяснять его суть при письме? Это будет уже иная цель, направленная не только на заучивание, но и на понимание учеником изучаемых процессов и явлений. При этом знания учеников, с точки зрения педагогов-рационалистов, важны не сами по себе, а лишь тогда, когда они реализованы в конкретных умениях, например, таких: проанализировать, описать, обозначить, систематизировать, аргументировать, развить мысль, применить в конкретной ситуации. Таким образом, учащийся приобретает больше умений, расширяется его «поведенческий репертуар», развивается мотивация, жизненная позиция меняется с пассивной на активную, становится более естественной и простой адаптация в современных социальных условиях.

Одна из основных идей авторов технологизированной модели обучения состоит в том, чтобы сделать процесс обучения полностью управляемым. Структура такого процесса заключается в следующем:

1. Последовательность коротких, логически связанных шагов учащихся в направлении ответа, который и является целью обучения.

2. Каждый шаг закрепляется немедленным сообщением результата, так что ученик вообще не делает ошибок.

Основой данного способа обучения является бихевиоризм. Первым идеи бихевиоризма заложил в систему обучения человека американский психолог Э. Торндайк. В книге «Процесс учения у человека» он утверждал, что нет особой разницы в поведенческих реакциях животного и человека, а следовательно, не существует качественных отличий в обучении. Значит, в основе процесса учения лежит установление определенных связей между данной ситуацией и данной реакцией. Э. Торндайк открыл основные закономерности этого процесса:

1. Положительный эффект приводит к закреплению связей между соответствующим стимулом и реакцией, отрицательный разрушает образовавшуюся связь.

2. Чем чаще повторяется стимул, вызывающий положительную реакцию, тем прочнее связь.

3. Скорость образования связи зависит от готовности обучаемого или индивидуальной особенности его нервной системы.

Б.Ф. Скиннер развил идеи Э. Торндайка и положил перечисленные выше закономерности в основу программированного обучения. Так возникло целое направление в дидактике – рационалистический или технократический подход в обучении. В 60-е гг. как следствие развития программированного обучения выдвигается идея полной технологической разработки программы обучения. Она включает в себя:

1. Составление полного набора учебных целей.

2. Подбор критериев их измерения и оценки.

3. Точное описание условий обучения (12, 146–149).

На сегодняшний день в теории и практике обучения нет единого подхода к классификации педагогических технологий. Это объясняется сложностью и многоаспектностью данного дидактического явления. Кроме того, каждый автор привносит в педагогический процесс что-то свое, индивидуальное, что позволяет ему утверждать, что любая конкретная технология является авторской.

Проанализируем отдельные классификационные подходы в современной системе педагогических технологий, которые, на наш взгляд, представляют определенный интерес. Так, отечественные ученые В.М. Симонов и С.А. Маврин предлагают сделать основой классификации такие признаки, которые:

а) характеризуют аспекты обучения (*содержательный* – технология интеграции учебных предметов, укрупнения дидактических единиц; *процессуальный* – технология программированного, компьютерного, проблемного, интерактивного обучения; *мотивационный* – технология мотивационного обеспечения учебного процесса, формирования познавательных интересов; *организационный* – технология сотрудничества, погружения в учебный предмет);

б) отражают возможность конкретной технологии (*количество школьников, одновременно обслуживаемых данной технологией* – индивидуальные, индивидуализированные, групповые, коллективные, массовые; *уровень автоматизации педагогического процесса* – осуществление учебного процесса с помощью компьютера или без такового; *направленность действия, целеполагание* – профессионально ориентированные и общеразвивающие технологии, *технологичность самой педагогической деятельности* – алгоритмизированные и индивидуально-творческие и др.).

Обозначенные подходы позволяют систематизировать педагогические технологии с учетом отдельных сторон (аспектов) обучения и его направленности, но недостаточно отражают целостный, всесторонний подход к анализу особенностей и сущности самих технологий.

Еще один пример – это классификация педагогических технологий, представленная в «Энциклопедии педагогических технологий». В ней два основания – технологии педагогические и психологические. (21, 152) В педагогических технологиях операции и действия физически ощутимы. Психологические технологии носят скрытый характер: это психические операции и действия в психике конкретного человека. Однако, и это отмечается автором классификации, провести четкую границу между ними довольно трудно. Но данная классификационная цепочка не ограничивается двумя основаниями. Далее предлагается разделить *педагогические* технологии на технологии *обучения, воспитания, развития, диагностики*. А каждую технологию обучения, в свою очередь, поделить на технологию обучения и самообучения. Под технологией обучения понимается набор операций по формированию знаний, умений и навыков. Таким образом, данная классификация становится широко разветвленной, что делает ее громоздкой и трудной для понимания.

Рассмотрим еще один подход к классификации педагогических технологий, разработанный Н.В. Бордовской и А.А. Реан (2, 98). Достоинством названной классификации является то, что авторы при изучении проблемы опирались не только на мировой педагогический опыт, но и на отечественный.

В данной классификации выделены образовательные технологии, специфика которых зависит от ориентации на определенную дидактическую концепцию, от профессионально-личностных особенностей педагога, культурно-образовательных традиций страны или региона. Выделяются следующие виды образовательных технологий:

Структурно-логические технологии обучения. Они представляют собой поэтапную организацию постановки дидактических задач, выбора способов их решения, диагностики и оценки полученных результатов. Логика структурирования таких задач может быть разной: от простого к сложному, от теоретического к практическому и наоборот.

Игровые технологии. Эти технологии представляют собой игровую форму взаимодействия субъектов образовательного процесса (учителя и учащихся) через реализацию определенного сюжета (игры, сказки, спектакля, делового общения). В процессе обучения используются разные виды игр: занимательные, театрализованные, деловые, ролевые, компьютерные и др.

Компьютерные технологии. Они реализуются в рамках системы «учитель – компьютер – ученик» с помощью обучающих программ различного вида (информационных, тренинговых, контролирующих, развивающих и др.).

Диалоговые технологии. Этот вид технологии связан с созданием коммуникативной среды, с расширением пространства сотрудничества на уровне «учитель – ученик», «ученик – ученик», «учитель – автор», «ученик – автор» в ходе постановки и решения учебно-познавательных задач.

Тренинговые технологии – это система деятельности по отработке определенных алгоритмов учебно-познавательных действий и способов решения типовых задач в ходе обучения (тесты и практические упражнения).

Еще один подход к классификации технологий Л.Д. Столяренко и С.И. Самыгина (12, 118) основывается на выделении двух видов технологий: традиционных и инновационных.

Традиционное обучение опирается в основном на объяснительно-иллюстративный и репродуктивный методы. Его сущность сводится к передаче учащимся знаний в готовом виде.

Новые образовательные (педагогические) технологии являются результатом научных исследований, которые обусловлены научными открытиями. Например, развитие кибернетики и вычислительной техники обусловило развитие программированного обучения; результаты исследования закономерностей развития человеческого мышления привели к развитию проблемного обучения и т. д.

Множественность подходов к классификации педагогических технологий в обучении еще раз подтверждает мысль о том, что процесс осмысления данного педагогического явления не закончен, идут поиски совершенных концепций.

В целом в практике работы современной школы наибольшее распространение получили **предметно-ориентированные технологии** и **лично-ориентированные технологии**.

Предметно-ориентированные технологии – это технологии, обеспечивающие высокий уровень предметных знаний, умений и навыков,

176 | они являются составной частью так называемой «знаньево́й» педагогики, альтернативой которой является личностно-ориентированная педагогика. Учитель, работающий в рамках одной из предметно-ориентированных технологий, например, технологии уровневой дифференциации, или технологии концентрированного обучения при отборе содержания образования должен руководствоваться системой управленческо-педагогической деятельности по развитию личности учащегося средствами своего предмета, в том числе и путем изменения содержания предмета. А содержание образования, как нам известно, на теоретическом уровне состоит из знаний, способов деятельности, опыта творческой деятельности и опыта эмоционально-ценностных отношений.

Изменение содержания предмета происходит в соответствии с разработанной новой системой целей по предмету. Разрабатывая уровни предъявления учебного материала и требований к результатам обучения, учитель постоянно должен задаваться вопросом, какую функцию выполняет тот или иной элемент знания, насколько он обязателен в данном курсе, разделе, теме. При этом предметно-ориентированная среда учитывает специфику предмета и возрастные особенности учащихся. Назовем некоторые из наиболее утвердившихся в практике преподавания русского языка предметно-ориентированных технологий, это: технология дифференцированного обучения, технология концентрированного обучения, которая по-другому называется «погружение в предмет», технология полного усвоения.

Рассмотрим как пример предметно-ориентированных технологий технологию полного усвоения, основные идеи которой были разработаны американскими психологами Дж. Кэрроллом и Б. Блумом и позднее развиты их последователями Дж. Блоком и Л. Андерсоном, при этом упор сделаем на элементы технологичности процесса обучения (7, 177; 11, 167).

При создании любой новой технологии определяется болевое место традиционной системы обучения, которое мешает педагогу получать стопроцентный положительный результат на выходе. В данном случае, по мнению ученых, проблема заключается в том, что процесс обучения организован неправильно: при усвоении базового содержания образования учитываются лишь два параметра – темп обучения (одинаковое для всех учебное время) и способ подачи учебного материала. Однако совсем не берутся во внимание способности ученика не при усредненных, а индивидуально подобранных для него временных условиях и личностные результаты обучения, которые выражаются отнюдь не в оценках «три», «четыре» или «пять». Таким образом, цель данной технологии – привести всех учащихся к единому, заранее определенному, одинаковому для всех уровню знаний, изменив способ обучения. Дж. Кэрролл предложил сделать постоянным параметром результат

обучения, а условия обучения – переменными, подстраиваемыми под каждого обучаемого на его пути к заданному результату.

Б. Блум провел исследование способностей учеников при таком процессе обучения, когда время на изучение материала не ограничивается, и пришел к выводу, что существует три категории обучаемых:

- малоспособные (около 5%), которые не в состоянии достичь заранее намеченного уровня знаний и умений даже при больших затратах учебного времени

- талантливые (около 5%), которым нередко по силам то, с чем не могут справиться все остальные

- учащиеся, составляющие большинство (около 90%), чьи способности к усвоению знаний и умений зависят от затрат учебного времени.

Эти данные легли в основу предположения, что при правильной организации обучения, особенно при снятии жестких временных рамок, около 95% обучающихся смогут полностью усвоить все содержание учебного курса. Если же условия обучения одинаковы для всех, то большинство школьников достигает только “средних” результатов.

Реализуя свой подход к обучению, Дж. Блок и Л. Андерсон разработали методику, главным в которой является полное усвоение знаний. Исходным пунктом данной методики является общая установка: *все обучаемые способны полностью усвоить необходимый учебный материал при рациональной организации учебного процесса.*

Для реализации данной технологии требуется существенная реорганизация традиционной классно-урочной системы, задающей для всех учеников одно и то же учебное время, содержание, условия труда, но имеющей на выходе неоднозначные результаты.

При обучении по технологии полного усвоения весь учебный процесс разбивается на небольшие фрагменты или блоки, соответствующие предвзительно выделенным учебным единицам, которые могут последовательно отображать материал учебника. Блоки целостны по содержанию и включают несколько (три, четыре, пять) уроков. После выделения учебных блоков определяются очень конкретно сформулированные учебные цели (их перечень объявляется учащимся как эталон, на основе которого будут оцениваться их учебные результаты) и составляются текущие диагностические тесты, которые служат только ориентировочной основой для продвижения по пути усвоения содержания и, как правило, не оцениваются или оцениваются по системе: «усвоил» – «не усвоил». Основное назначение этих тестов – выявление необходимости коррекционной работы.

Учащийся все время обязан ориентироваться на предполагаемый им итоговый результат и стараться достигнуть его, получая в случае удачи

178 | всевозможные поощрения (стимулы), основным из которых является само успешное продвижение к намеченной цели.

Коррекционный дидактический материал применяется при повторном объяснении после анализа диагностических тестов и выяснения, какие именно интеллектуальные операции (запоминание, понимание, применение, анализ, синтез, оценивание) не освоены школьниками. Ученики, достигшие полного усвоения сразу, могут изучать дополнительный материал, помогать отстающим либо (до начала изучения следующего блока) заниматься изучением других предметов. Учитель организует коррективную работу с остальными школьниками следующим образом: по той части учебного материала, которая плохо усвоена большинством детей, проводятся занятия со всей группой, причем способ изложения непременно должен отличаться от первоначального. При устранении частных пробелов и затруднений применяется индивидуальная работа учителя с учеником. Основной формой работы в этом случае является работа детей в малых подгруппах (по 2–3 человека), их взаимообучение, использование помощи тех учеников, которые успешно усвоили данный раздел (учебную единицу).

Ученики постоянно получают от учителя любую необходимую помощь. Основной принцип предоставления помощи – объяснение материала способом, отличным от того, который не способствовал полноценному усвоению материала. Таким образом, варьируя виды заданий, формы их предъявления, виды помощи учащимся, учитель добивается от каждого ученика усвоения материала на уровне эталона.

Каждый ученик получает отметку только по итогам заключительной проверки по всему курсу, причем отметка каждого школьника определяется не сравнением с результатами других, а по определенному в самом начале курса эталону высшей (отличной) отметки, о котором знают и к которому стремятся все без исключения.

После проверки контрольных работ учитель готовит для каждого ученика обзорную информацию, которая конкретизирует данные итоговой проверки, привязывая их к разделам курса (учебным единицам). Для такой конкретизации применяется уже составленная учителем таблица спецификации целей по всему курсу; крестики, отмечающие запланированные цели полного усвоения, заменяются условными обозначениями того результата, который достигнут учеником по отношению к этим целям, – например: «у» – полное усвоение, «н/у» – неполное усвоение.

Такие данные дают возможность ученику самостоятельно ориентироваться в полученных знаниях и эффективно восполнять имеющиеся пробелы как при подготовке к пересдаче разделов курса (при необходимости), так и в ходе дальнейшего обучения.

При обучении с использованием технологии полного усвоения учитель обязан соблюдать обязательные правила:

1. Правило эквивалентной практики – условия обучения и ожидаемые действия в ходе обучения точно соответствуют ожидаемым действиям во время теста или проверки.

2. Правило аналогичной практики – возможность упражняться в актах поведения сходных, но не идентичных с конечным.

3. Правило незамедлительного сообщения результатов – незамедлительное сообщение ученикам результатов каждого действия.

Таким образом, мы видим, что предметно-ориентированная технология полного усвоения направлена на постоянную работу преподавателя с содержанием предмета как на уровне знаний, так и на уровне способов действий, не исключая при этом развития индивидуального творческого опыта учащихся и опыта эмоционально-ценностных отношений. Здесь можно говорить о том, что технология полного усвоения весьма показательна как «знаниевая» технология, поскольку изменение содержания предмета происходит в соответствии с разработанной системой целей и четким пониманием того, какую функцию должен выполнять тот или иной элемент знания в процессе обучения.

Кроме того, данная технология особенно наглядно демонстрирует соблюдение общей структуры технологии обучения: 1 – диагностика уровня усвоения учебного материала; 2 – мотивация и организация учебной деятельности учащихся; 3 – процесс обучения; 4 – контроль.

В настоящее время широкое распространение в преподавании русского языка, кроме предметно-ориентированных технологий, получили **лично-ориентированные технологии** с присущим им воплощением гуманистических идей в образовании. При обучении по данным технологиям все внимание педагога направляется на уникальную личность ребенка, который под руководством учителя стремится к максимальной реализации своих личностных качеств, открыт для понимания глубинных смыслов деятельности, восприятия нового опыта, способен на осознание жизненных явлений и процессов и ответственный выбор единственно правильного пути в различных ситуациях. В отличие от простой передачи воспитаннику знаний в традиционных технологиях здесь главный результат – осознание педагогом ценности развития человека, а для обучаемых – личностное совершенствование на каждом уроке и достижение перечисленных выше качеств.

Критериальная база лично-ориентированного обучения строится на отслеживании и оценке не столько достигнутых знаний, умений и навыков, сколько на сформированности качеств ума (интеллекта) как личностных новообразований.

Главное направление лично-ориентированных технологий в педагогике – формирование и развитие интеллектуальных и речевых умений учащихся, их нравственное развитие, формирование критического и творческого мышления как приоритетных направлений интеллектуального развития человека.

Современные личностно-ориентированные образовательные технологии учитывают возрастные, индивидуально-психологические особенности учащихся, ориентируются на школьника как на субъект образовательного процесса, который совместно с учителем может определять учебную цель, планировать, подготавливать и осуществлять образовательный процесс, анализировать достигнутые результаты.

Фундаментальная идея личностно-ориентированных технологий состоит в переходе от объяснения к пониманию, от монолога к диалогу, от социального контроля – к развитию, от управления – к самоуправлению. Основная установка педагога – не на познание «предмета», а на общение, взаимопонимание с учениками, на их «освобождение» (3,25) для творчества. Творчество, исследовательский поиск являются основным способом существования ребенка в пространстве личностно-ориентированного образования. Но духовные, физические, интеллектуальные возможности детей еще слишком малы, чтобы самостоятельно справиться с творческими задачами обучения и жизненными проблемами. Ребенку нужны педагогическая **помощь** и **поддержка**. Это ключевые слова в характеристике технологий личностно-ориентированного образования.

Своеобразие парадигмы целей личностно-ориентированных технологий заключается в ориентации на свойства личности, ее формирование и развитие не по чьему-то заказу, а в соответствии с природными способностями. Содержание образования представляет собой среду, в которой происходит становление и развитие личности ребенка. Ей свойственны гуманистическая направленность, обращенность к человеку, гуманистические нормы и идеалы (15, 63–65).

Поэтому, говоря о личностно-ориентированных технологиях в обучении, мы в первую очередь отмечаем те из них, в которых безусловно соблюдаются перечисленные в предыдущем абзаце признаки. К таким технологиям мы относим: технологию педагогических мастерских, метод проектов, технологию обучения как учебного исследования, технологию коллективной мыследеятельности и технологию развития критического мышления через чтение и письмо, которая является одной из востребованных в современном образовательном пространстве на уроках русского языка.

Данная технология разработана Международной ассоциацией и Консорциумом гуманистической педагогики (24; 22). Результатом ее использования на уроке является обучение школьников правильной работе с информацией: ученики средней и старшей школы должны уметь критически осмысливать информацию, формулировать собственные цели относительно изучаемого материала, самостоятельно получать новую информацию из разных источников, рассматривать альтернативные точки зрения, думать непредубежденно в пределах альтернативных систем мышления, делать выводы о правиль-

ности и ценности полученной информации, анализировать не только свою деятельность, но и деятельность одноклассников.

Критическое мышление – это концентрированное, устремленное к самостоятельному поиску правильного ответа, свободно организованное, дающее непредвзятую оценку собственному поиску и исправляющее допущенные в ходе мыслительных операций ошибки мышление.

Технология развития критического мышления включает три этапа, они обязательно должны присутствовать на каждом уроке: этап вызова, этап осмысления и этап рефлексии.

Этап вызова. На этом этапе осуществляется работа с уже имеющимися знаниями, происходит актуализация когнитивного опыта, вызывается интерес к ознакомлению с новой информацией, происходит мотивация к осуществлению процесса познания, учащиеся сами ставят цели обучения, определяют вопросы, на которые хотели бы получить ответ. Ученики работают индивидуально, парно или в группах.

На примере нескольких заданий рассмотрим способы организации работы на этапе вызова на уроке. Например, первый вариант задания: заполнить лист ожидания (ученики пишут то, чего они хотят добиться в течение урока, высказывают различные пожелания: хочу получить новое знание, хочу продемонстрировать уровень своих знаний, хочу работать с интересом и т. д.). Второй вариант задания: составить проблемные вопросы по изученному материалу. Третий вариант задания: мозговой штурм по проблеме урока. Четвертый вариант задания: написать свою гипотезу предстоящего к изучению содержания материала.

Итак, этап вызова – это этап, на котором полученные ранее знания выводятся на уровень сознания и становятся базой для усвоения нового материала. Ученики рассказывают то, что они знают, всему классу.

Этап осмысления. На этом этапе учащийся получает новую информацию (из учебника, презентации, лекции учителя), пытается осмыслить ее различными способами и найти ответы на поставленные ранее вопросы. Он ставит вопросы во время чтения текста, ведет устный или письменный диалог с учителем или с одноклассниками по вновь узнанному (что не понял, какие слова, наоборот, помогли понять новую информацию), делает записи типа дневников или бортовых журналов, выписывает слова с неизвестным значением, маркирует текст значками «*» – уже знал, «+» – новое, «-» – думал иначе, «?» – есть вопросы (инсерт), составляет краткий конспект с опорными сигналами, создает кластеры и т. д.

Однако следует понимать, что работе с грамотным анализом новой информации школьников нужно учить, это умение не может возникнуть само собой. Справки, которые дает на этом этапе учитель, лаконичны, не перегружены сведениями, отличаются доступным языком. Иначе ученик не научится само-

182 | стоятельно мыслить, не зависеть от чужих мнений, делать добротный анализ нового материала, соотносить знания с уже имеющимися. Кроме того на этапе осмысления обучаемый должен искать ответы на вопросы, поставленные ранее.

Формы работы при этом могут быть разные: индивидуальные, парные, групповые.

Подбор текста должен соответствовать определенным требованиям: текст должен быть новым, предварительно поделенным учителем на части, разные или одинаковые по объему; во время чтения не должно быть более пяти остановок; остановки отмечаются прямо в тексте: «первая остановка», «вторая остановка» и т.д.; учитель заранее продумывает вопросы и задания к тексту, направленные на развитие у учащихся различных мыслительных навыков, таких, например, как: распределение и концентрация внимания, наблюдение за мыслью собеседника, правильное восприятие устной и письменной речи, соблюдение этики спора и т.д.

«Рекомендуется:

1. Задавать простые вопросы (назвать факты, воспроизвести информацию).
2. Использовать уточняющий тип вопросов (я могу ошибиться, но мне кажется...)
3. Предлагать объясняющие вопросы, ответы на которые начинаются со слова «потому».
4. Не избегать творческих вопросов (в таких вопросах есть элемент прогноза, предположения).
5. Употреблять оценочные вопросы.
6. Применять практические вопросы» (23).

Находить смысловые единицы текста (их, как правило, несколько) поможет составление кластера. Это способ графической организации материала, позволяющий сделать наглядными те мыслительные процессы, которые происходят при погружении в ту или иную тему. Кластер является отражением нелинейной формы мышления. Иногда такой способ называют «наглядным мозговым штурмом».

Последовательность действий такова: в центре чистого листа пишется ключевое слово или предложение; вокруг записываются слова или предложения, выражающие главные идеи, факты, образы, (модель «планета и ее спутники»); по мере записи появившиеся слова соединяются прямыми линиями с ключевым понятием. У каждого из «спутников» в свою очередь тоже появляются «спутники», устанавливаются новые логические связи; работа продолжается, пока не кончится время или не иссякнут идеи.

Например:

Деспричастие

Признаки глагола
Образовано от глагола

Признаки наречия
Не изменяется

Обозначает добавочное действие
Сов. в.

Является обстоятельством
Несов. в.

Эти имеющиеся правила организации процесса обучения в рамках технологии развития критического мышления учитель должен учитывать при работе и на следующем **этапе рефлексии**. На этом этапе, во-первых, происходит присваивание нового знания, новой информации учеником, во-вторых, выработка у каждого учащегося собственного отношения к изучаемому материалу, в-третьих, творческая переработка изученной информации, в-четвертых, закрепление нового материала, в-пятых, деятельное преобразование, интерпретация своего и чужого мнения с тем, чтобы включить в него новые представления об изучаемом предмете. Основные виды работ, которые используются на данном этапе урока: учебный диалог, дискуссия в учебных целях, составление синквейнов (стихотворений, состоящих из пяти строк). «Синквейны пишутся по определенным правилам: на первой строчке записывается одно слово – существительное, это тема синквейна. На второй – пишутся два прилагательных, раскрывающих тему синквейна. На третьей строке записываются три глагола, описывающих действия, относящиеся к теме синквейна. На четвертой строчке размещается целая фраза, предложение, состоящее из нескольких слов, с помощью которого ученик высказывает свое отношение к теме. Это может быть крылатое выражение, цитата или составленная учеником фраза в контексте с темой. Последняя строчка – это слово-резюме, которое дает новую интерпретацию темы, позволяет выразить к ней личное отношение» (23).

Таковы, на наш взгляд, основные принципы организации работы по технологии развития критического мышления через чтение и письмо. Соблюдение всех правил помогает ученикам творчески применять когнитивный опыт, развиваться, непрерывно обучаться самостоятельно.

Учебный процесс только тогда интересен, когда его формы и содержание разнообразны. Рассмотрим еще одну из ведущих в числе современных технологий личностно-ориентированного образования – технологию учебного диалога, так как гуманизация и коммуникативная направленность обучения в последние годы выводит межличностный диалог на первое место.

Основное назначение данной технологии состоит в том, что в процессе диалогического общения на уроке учащиеся ищут различные способы для выражения своих мыслей, для осваивания и отстаивания новых ценностей. При этом диалог рассматривается как особая социокультурная среда, создающая благоприятные условия для принятия личностью нового опыта, изменения ряда утвердившихся смыслов (6, 91).

Диалог на уроке – это особая дидактико-коммуникативная атмосфера, которая помогает ученику не только овладеть диалогическим способом мышления, но и обеспечивает рефлекссию, развивает интеллектуальные и эмо-

184 | циональные свойства личности (устойчивость внимания, наблюдательность, память, способность анализировать деятельность партнера, воображение). На таких уроках содержание учебного материала усваивается как вследствие запоминания, так и в результате общения, в ходе которого происходит обращение к личностно значимым смыслам, к глубинам собственного сознания.

Диалогическая педагогическая деятельность направлена на создание педагогом такой среды, которая способствует накоплению диалогического опыта решения личностью гуманитарных проблем (1, 22). Важно не просто научить ребенка склонениям и спряжениям, не просто передать накопленные человечеством знания, а помочь ему «вписаться» в контекст культуры, помочь найти общий язык с другим (миром, природой, человеком) и осознать взаимозависимость друг от друга в этом мире.

Вести диалог – значит искать истину вместе. Учебный диалог – это не только форма, но и способ отношений. Он позволяет быть услышанным; главное в нем не воспроизведение информации, а размышление, обсуждение проблемы. В диалоге осуществляются важнейшие проявления человеческих отношений: взаимоуважение, взаимодополнение, взаимообогащение, сопереживание, сотворчество (5, 37–38).

В ходе диалога учащиеся овладевают способностью и умением вести его на разных уровнях. В первую очередь как диалог с собственным Я, как общение с самим собой, собственным разумом – личностный уровень.

Следующим уровнем является понимание диалога как процесса взаимодействия качественно различных ценностно-интеллектуальных позиций (Я и другой) – межличностный уровень.

Третий уровень диалога – мультидиалог – множественный одновременный диалог, который возникает при обсуждении проблем в малых группах по 5–7 человек.

Диалог начинается в том случае, когда ученик делает высказывания типа «я хочу сказать», «мое мнение», «мне хочется дополнить», «моя точка зрения». Целью диалога является создание межличностного диалогического взаимодействия, представляющего собой близкую к естественной жизненной деятельности ситуацию, в которой учащиеся «забывают» об условностях (урок, учитель, отметка), мешающих им проявить себя на личностном и межличностном уровнях.

В зависимости от роли диалога в развитии личностных качеств (функций личности) выделяют различные типы диалога, отличающиеся друг от друга степенью доверительности, взаимопроникновения в мыслительный процесс другого.

Однако при организации диалогового обучения некоторые учителя ограничиваются лишь внешними его проявлениями (раскованное общение с учениками, свободный обмен мнениями и т.п.), превращая его, как полагает

Коротаяева Е.В (10, 3–8), в вариант облегченной педагогики: процесс дается легко и свободно, а результаты на выходе часто оказываются неудовлетворительными.

Хотим заметить, что организации занятий с использованием диалога – это серьезная и хорошо продуманная деятельность педагога. Технология организации таких занятий начинается с учебного пространства кабинета. Диалоговые формы взаимодействия ориентированы на общение лицом к лицу, поэтому традиционная расстановка парт, когда дети видят затылки сидящих впереди и только одно лицо – учителя, здесь неуместна.

Изменение привычной расстановки парт, возможность решать поставленные вопросы сообща подготавливают учащихся к нетрадиционным формам обучения. При входе в класс, где модернизировано учебное пространство, у учащихся возникает мотивационная готовность к нестандартной учебной ситуации.

Другой важный аспект – содержание диалога. Образовательная область «Русский язык» обладает в этом отношении широкими возможностями. Глубоко человеческое содержание предметов данной области знания позволяет одновременно решать три задачи: учебно-познавательную, коммуникативно-развивающую и социально-ориентирующую (10, 3–8).

Задача уроков-диалогов состоит еще и в том, что школьников нужно учить полноценному и полноправному участию в диалоге. Ведь практику участия в обсуждении лингвистических тем учащиеся будут приобретать на уроках русского языка, овладевая умениями диалогической речи.

Организация уроков-диалогов связана еще и с тем, что диалог на таких уроках может быть двух видов: информационный (когда в процессе восприятия каждый партнер получает новую информацию) и интерпретационный (когда в ходе диалога происходит обмен мнениями, оценка известных обоим партнерам фактов, их интерпретация) (17, 17–21). Информационный диалог обычно организуется учителем в процессе овладения новыми знаниями, а интерпретационный диалог может быть включен в любой структурный элемент урока (проверка домашнего задания, закрепление новых знаний, подведение итогов). Целью введения интерпретационного диалога в учебный процесс является развитие диалогической учебно-научной речи, осмысление научной информации, оперирование ею с использованием терминов (подготовленный диалог), увеличение скорости интеллектуально-речевых реакций в спонтанном диалоге.

Учебный диалог способствуют эмоциональному раскрепощению детей, так как в свободных диалогах, в процессе обсуждения тем среди своих друзей они чувствуют себя комфортно и спокойно, естественно и непринужденно, а это способствует повышению истинного интереса к предмету, основанного на коллективном творчестве.

Оценивание работы школьников в диалоге может осуществляться по нескольким критериям: 1) соответствие реплик теме диалога; 2) содержательность коммуникации; 3) грамотность; 4) соблюдение речевого этикета.

Вывод: главное, что характеризует применение тех или иных современных педагогических технологий в обучении – это принципиально иные основания учебного процесса, особый способ постановки целей, заключающийся в том, что эти цели формулируются как предполагаемый результат деятельности учеников в виде конкретных умений. Далее идет специальная переработка содержания и собственно организация учебного процесса.

Литература

1. Белова С.В. Диалог – основа профессии педагога: Учебно-методическое пособие. М.: АПКИПРО, 2002. 125 с.
2. Бордовская Н.В., Реан А.А. Педагогика: Учебник для вузов. СПб., 2000. 304 с.
3. Вентцель К.Н. Свободное воспитание: Сб. избр. тр. / Сост. Филоненко Л.Д. М.: Ассоциация «Профессиональное образование», 1993. 171 с.
4. Горбич О.И. Педагогические технологии в преподавании русского языка. М.: ВК, 2012. 144 с.
5. Граблина Н.В. Мастер-класс: технология учебного диалога на уроке литературы по повести В.Г. Распутина «Прощание с Матерой» // Литература в школе. 2005. № 9. С. 37–40.
6. Загрекова Л.В. Теория и технология обучения: Учеб. пособие для студентов пед. вузов / Загрекова Л.В., Николина В.В. М.: Высшая школа, 2004. 157 с.
7. Кларин М. Педагогические технологии в учебном процессе: анализ зарубежного опыта. – М.: Знание, 1989. 256 с.
8. Колесникова И.А. Педагогическая деятельность в зеркале межпарадигмальной рефлексии. – СПб.: СПбГУПМ, 1999. 242 с.
9. Колеченко А.К. Энциклопедия педагогических технологий: Пособие для преподавателей. СПб.: КАРО, 2005. 368с.
10. Коротаева Е.В. Интерактивное обучение: организация учебных диалогов. Русский язык в школе. 1999. № 5. С. 3–8.
11. Лаврентьева Н.Б., Неудахина Н.Б. Инновационные обучающие технологии в профессиональной подготовке специалистов. Барнаул: Издательство Алтайского университета, 2004. 232 с.
12. Левитес Д.Г. Практика обучения: образовательные технологии. М.: Институт практической психологии; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1998. 264 с.
13. Обучение русскому языку в школе: Учеб. пособие для студентов педагогических вузов / Под ред. Е.А. Быстровой. М.: Дрофа, 2004. 240 с.
14. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: Русский язык, 1987. 797 с.

15. Педагогические технологии: Учебное пособие для студентов педагогических специальностей / Под общ. ред. В.С. Кукушина. Серия «Педагогическое образование». М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2004. 336 с.
16. Самарцева О.В. Информационные технологии в преподавании русского языка: Учебное пособие для студентов высших пед. учебных заведений. М.: МПГУ, Ярославль: РЕМДЕР, 2010. 148 с.
17. Стативка В.И. Обучение диалогической речи на уроках русского языка // Русский язык в школе. 2002. № 6. С. 17–21.
18. Столяренко Л.Д., Самыгин С.И. Педагогика. 100 экзаменационных ответов. Ростов н/Д, 2000. 256 с.
19. Трайнев В.А., Трайнев И.В. Информационные коммуникационные педагогические технологии (обобщения и рекомендации): Учебное пособие. 2-е изд. М.: Дашков и К°, 2006. 280 с.
20. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. <http://www.onlinedics.ru>
21. Энциклопедия образовательных технологий: В 2 т. Т. 2. М.: НИИ школьных технологий, 2006. 816 с.
22. <http://letopisi.ru/index.php>; <http://nsportal.ru/shkola/russkiy-yazyk/library/>
23. <http://nsportal.ru/shkola/russkiy-yazyk/library>
24. <http://festival.1september.ru/articles/415219/> (Фестиваль педагогических идей «Открытый урок»).

Социокультурные роли иноязычного слова в современном медиадискурсе

Сегодня ученые-лингвисты определяют дискурс как отражение интеракции, социально-коммуникативного взаимодействия языковых личностей и определяют этот феномен как «речевое произведение, представляющее собой отрезок «живой речи» и как «речевое произведение в полноте его когнитивных и социокультурных характеристик» [5: 147, 165]. В. И. Карасик утверждает, что дискурс с позиции социолингвистики – это общение людей, рассматриваемое с позиций их принадлежности к той или иной социальной группе или применительно к той или иной типичной речеведческой ситуации, например, институциональное общение [10: 233–234]. Так, применительно к современному социуму выделяются политический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, мистический, медицинский, деловой, рекламный, спортивный, научный, сценический и массово-информационный виды институционального дискурса. Одним из видов дискурса является медиадискурс.

В самом общем виде медиадискурс – это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия [8: 21]. При изучении функционально обусловленных дискурсов вообще и медиадискурса в частности необходимо учитывать, что концепция дискурса традиционно отграничивается от понятия «текст». Полное понимание концепции медиадискурса невозможно без сопоставления с такими важнейшими категориями, как текст и медиатекст. Понятие текста в сфере коммуникации не совпадает с традиционным лингвистическим определением, так как текст массмедиа выходит за пределы знаковой вербальной системы. С точки зрения медиалингвистики текст не только лингвистическое явление, но и культурологическое. Текст с позиций культуры возможно классифицировать как источник получения информации через духовный и материальный мир человека. Алан Белл [27] пишет: «Определение медиатекста выходит за рамки традиционного взгляда на текст как на последовательность слов, напечатанных или написанных на бумаге. Понятие медиатекста гораздо шире: оно включает голосовые качества, музыку и звуковые эффекты, визуальные образы...» [8: 40]. Кроме того, в пространстве медиадискурса невозможно говорить только о тексте – в концепции В. Скалички, как мы знаем, язык состоит из текста, контекста и подтекста [28].

Изменения в коммуникативных процессах конца XX – начала XXI в. отражают воздействие на реальную жизнь современных массмедиа. Происходит

актуализация проблем, которые связаны с пониманием медиатекста. Смысловое наполнение термина медиа (от лат. «media», «medium» – средство, способ, посредник) позволяет называть медиатекстом любой носитель информации, начиная от наскальных рисунков, традиционных книг, произведений искусства и заканчивая суперсовременными феноменами технического прогресса. Однако в виде обобщающего термина медиатекст закрепился за текстами массовой коммуникации. Сегодня медиатекст стал базовой категорией в медиалингвистике, медиастилистике, медиакультуре, медиаобразовании – новых направлениях лингвистической, философской, педагогической науки [8, 10, 13 и др.] Теория медиатекста претендует на самостоятельную нишу в рамках теории текста или стремится к особому статусу.

Исследователи медиатекста [2, 8–10, 13 и мн. др.] находят разные смысловые оттенки в понятии медиатекста в разных областях. Т.Н. Добросклонская говорит, что медиатекст – объемное многоуровневое явление, в основе концепции которого лежит органичное сочетание единиц вербального и медийного ряда [8: 115]. Я.Н. Засурский определяет медиатекст как «новый коммуникативный продукт», который может быть использован в разнообразных медийных сферах: газетах, радио, телевидении, Интернете, мобильной связи [9: 6]. Целью создания медиатекстов исследователи называют социальную регуляцию. По определению Н.А. Христовой, медиатекст представляет собой вербальное речевое произведение, созданное с целью осуществления опосредованной коммуникации в сфере средств массовой информации и характеризующееся явно выраженной прагматической направленностью, основной целью которой является социальная регуляция [25: 98]. Г.Я. Солганик отмечает, что особенность медиатекста состоит в особом типе автора, поскольку в сфере массовой информации происходит совпадение производителя речи и ее субъекта [21: 15].

Восприятие текста в медийном дискурсе – сложный процесс, в его организации важную роль играют компоненты, специально ориентированные на адресата, на выстраивание стратегии его внедрения в сферу дискурса, на построение его деятельности по интерпретации. Эти компоненты отвечают за связь с аудиторией. Первым этапом становится заголовочный комплекс или отдельный заголовок. Мир современного потребителя информации динамичен, поэтому заголовки являются эффективным средством привлечения внимания массового адресата к важным по смыслу моментам, а также настраивают аудиторию на определенную эмоциональную тональность.

Заголовочный комплекс и заголовок связаны с текстом, но в то же время стоят на надтекстовой позиции, что и определяет их функции. Заголовочный комплекс – это подсистема внутри текстовой системы, состоящая из элементов, находящихся вне текста. Заголовочный ансамбль включает в себя заголовки, рубрики, подзаголовки, лиды, врезки (текст в тексте), анонсы. Это так называем-

190 | мые выдвинутые на передний план элементы, они объединены тем, что, будучи тесно связанными с основным текстом по содержанию, в структурно-речевом плане сохраняют некую самостоятельность, отдельность от текста. Заглавие текста – его ключевая позиция. Функции этого важного элемента медиатекста необходимо рассматривать в аспекте восприятия адресата. Именно подход к медиадискурсу с позиций его восприятия помогает вскрыть механизмы создания заглавия, понять его особенности. Учет позиции реципиента важен, поскольку это личность, которая в процессе познавательной деятельности воспринимает содержание через его словесное оформление [15: 158].

Структура заголовочного комплекса включает в себя: 1) тематическое название полосы (тематической рубрики), обычно располагается в колонтитуле, выполняет задачу определения общей направленности и тематики на данной полосе; 2) рубрика, предваряет конкретную публикацию; 3) собственно заголовков – важнейший и обязательный элемент любого заголовочного комплекса; 4) подзаголовок – не второстепенный заголовок, разбивка длинного текста, но необходимое уточнение смысла, уточнение концепции [26: 87], по своей информативности подзаголовок часто берет на себя функцию лида; 5) внутренние заголовки (главки), инструмент структурирования текста [18: 14].

Таким образом, заголовочный комплекс состоит как минимум из пяти элементов. Довольно часто заголовочные комплексы называют просто заголовками, как бы подчеркивая общность и единство всего комплекса. В дальнейшем мы обнаружим множество примеров отсутствия того или иного элемента в заголовочном комплексе, но элемент «заголовок» присутствует всегда.

Исследованием заголовков занимались и лингвисты, и литературоведы, и журналисты. Такой интерес обусловлен постоянными изменениями, происходящими в медийном дискурсе, появлением новых модификаций заголовочных комплексов. К заголовку всегда применимы слова Г.Я. Солганика: «Заголовок также «служит своего рода камертоном, определяющим стилистическое единство», но не отдельной строфы, а текста в целом» [21: 43].

Заголовки являются самой специфической частью газетного текста. По определению И.А. Сырова, заглавие на страницах газет представляет собой «коммуникативную единицу в позиции перед текстом, являющуюся его названием, имеющую синтаксическое оформление, прямо или косвенно указывающее на содержание текста и отграничивающее одно речевое высказывание от другого» [22: 59].

Заголовок является также эффективным средством привлечения внимания читателя к важным по смыслу моментам. Ср.: *Российские лекарства не находят себе места* (Коммерсантъ, 10 января 2019), *Виды новогодних европейских столиц и селфи с президентом: а что постили вы?* (Московский комсомолец, 9 января 2019), *Почему главным способом пополнить госказну становится взимание штрафов?* (Аргументы и факты, 9 января 2019).

Исследователи газетных заголовков [15, 18, 21, 26 и мн. др.) выделяют заголовок как один из важнейших структурных компонентов, организующих текст. В публицистическом произведении заголовок – это главнейший семантический, психологический, эстетический и стилистический элемент. Заголовок не просто «помечает» публикацию, но и выделяет ее из числа других. Именно с газетного заголовка начинается восприятие текста.

Прагматическая цель газетных заголовков российских медиатекстов – добиться определенных результатов: заставить массового адресата разделить эмоции, мыслить в русле идей автора и вместе с тем – поразить воображение читателя неожиданной темой, сенсацией. При этом важна социальная составляющая информации, которую адресант передает адресату. Так как адресат – это не один конкретный человек, а целевая аудитория, которая характеризуется определенными признаками, наиболее важные из них – социальные: возраст, образование, пол, происхождение и др. Для газетной журналистики, особенно сегодня в момент, когда Интернет имеет сильную позицию, аудитория – одна из главнейших ценностей.

Чтение газет сегодня требует значительных интеллектуальных усилий и предполагает определенный образовательный уровень аудитории. «Сложный» материал требует определенных знаний и уровня образования, поэтому одной из главных задач газетных публикаций быть своим для массового адресата, так как коммуникативное намерение автора должно стать распознанным, ведь смысл заголовков интерпретируется по-разному.

Необходимость изучения социальных факторов, оказывающих влияние на процесс интерпретации заголовков, очевидна. Выбранная стратегия интерпретации смысла будет зависеть от возраста, уровня образования и рода деятельности адресата. Именно поэтому так важно рассматривать стратегии интерпретации не отдельно от человека, учитывая антропологический подход. Антропологический подход выводит человека на первое место, а язык становится его важнейшим свойством, условием существования. Интеллект немислим вне языка. Создаваемые человеком тексты отображают в себе динамику мысли и способы представления мыслительных процессов с помощью языковых средств.

В настоящее время газетные заголовки российских медиатекстов претерпевают изменения и требуют смысловой обработки. Социокультурный подход к интерпретации смысла заголовков объясняется необходимостью исследования смысла как продукта взаимодействия таких социальных факторов как возраст, род деятельности и уровень образования интерпретаторов. Заголовок обнаруживает особо прочные, а в большинстве случаев далеко не простые связи с текстом, его глубинными смысловыми и эстетическими установками. Заглавие словесного произведения – это и код, и разгадка, исходная точка, с которой начинается восприятие, но далеко не всегда создание медиатекста,

192 | и конечный, логически ожидаемый пункт, к которому заинтересованный читатель неминуемо возвращается [17: 125–126].

Показателем образованности является знание иностранных языков. В современных заголовках нередко используется иноязычное слово – новое, что позволяет говорить о феномене модного слова, или давно освоенное языком. Иноязычное слово трактуется носителями языка по-разному, вследствие чего становится социокультурным индикатором. Как известно, большинство русских авторов XX в. в определенных случаях считали необходимым озаглавить свое произведение (реже – цикл произведений или сборник) с использованием макаронических включений. Особенно часто это происходит в случаях так называемых циклов о загранице (у В. Маяковского «Notre-Dame» – цикл «Париж», «Блек энд уайт» – цикл «Стихи об Америке»). Иноязычное (или с использованием иноязычных вкраплений) заглавие обладает повышенной изобразительностью, то есть способностью «создавать конкретные, единичные представления у слушателя или читателя, вызвать в воображении адресата формы и краски, движения и звуки, вкусы и запахи, эмоции и оценки, которые уже живут в мыслях говорящего [23: 47], причем в случаях с нетранслитетированными названиями изобразительность возникает еще в результате столкновения языковых знаков несходной природы. Это адгерентная изобразительность знака, возникающая у него в тексте в связи с сочетаемостью с другими знаками или благодаря замене одного знака другим [24: 139].

Самым популярным языком в поэтических заголовках был французский (характерно для Ф.И. Тютчева, в XX веке – для В. Брюсова, О. Мандельштама, В. Набокова, И. Бродского), заметно реже использовался немецкий и итальянский языки. По наблюдениям С.Г. Николаева [17: 125–134], в иноязычных поэтических названиях много имен собственных – топонимов и антропонимов, названия наций, культурных памятников. «Думается, что заглавие типа «Notre-Dame» (в поэзии В. Маяковского и О. Мандельштама) создают помимо местного колорита еще дополнительные национально-культурные ассоциации, связывая текст стихотворения с темой гораздо прочнее, чем, скажем, транслитерация «Нотр-Дам» или русское описательное «Собор Парижской богородицы» [там же, 132]. Иноязычное заглавие полиреферентно, поскольку связано и с текстом произведения, и с иной национальной культурой, и с языковой личностью автора.

Достаточно распространены макаронические вкрапления и экзотизмы в заголовках текстов современных массмедиа. Ср. заголовок в «Комсомольской правде» (30 ноября 2004): «Чтобы учить юзеров*, нельзя быть ламером**» с подзаголовком «Учителям приходится осваивать компьютеры, чтобы догнать своих учеников» (рубрика называется «Россия, вперед!»). В конце статьи – сноски: Юзер – человек, уверенно пользующийся компьютером.

Ламер – начинающий пользователь. Сегодня мы не увидим пояснений к заимствованным словам – они используются как нечто само собой разумеющееся. *Виды новогодних европейских столиц и селфи с президентом: а что постили вы?* (Московский комсомолец, 9 января 2019).

Газетные заголовки представляют собой элемент ситуации коммуникативного воздействия автор – читатель. Их общение не сводится к элементарной передаче информации, а предполагает глубокое социальное содержание. Речевое воздействие заголовка запрограммировано на рассчитанный эффект: «...при анализе функциональной семантики заголовочных конструкций следует ориентироваться не столько на перлокутивный эффект – результат воздействия на читателя (он нам неизвестен, и невозможно утверждать однозначность читательских реакций), сколько на коммуникативное намерение автора, выраженное в речи и распознанное собеседником-читателем» [2: 179]. Прагматическая цель любого заголовка – добиться результата (заставить читателя разделить эмоции, мыслить в русле идей автора и вместе с тем – поразить воображение читателя неожиданной темой, сенсацией). Заголовок одновременно и часть текста, и дотекстовый сигнал. На дотекстовом уровне заголовок выполняет задачу привлечь читателя, воздействуя на его эмоциональную и интеллектуальную сферы. Однако смысл заголовка раскрывается только в процессе чтения текста – тогда реализуется информативная функция заголовка. Ср. случай, где внимание читателя максимально возбуждается иноязычным вкраплением, интригует особой субъективной оценкой:

Заголовок: *Виктор Черномырдин: Бонжур, месье Дрюон! Силь ву пле.* И подзаголовок: *Автор крылатых слов нашей эпохи привез известного французского писателя на родину его предков – в Оренбуржье...* (Комсомольская правда, 2 октября 2003). В данном случае ироническая модальность и комический эффект достигаются тем, что иноязычное вкрапление (предполагающее, естественно, знакомство с иностранным языком) приписывается лицу, которое заведомо этого языка не знает.

В современном языке английский по происхождению структурный элемент *мейкер* в большинстве случаев выполняет номинативную функцию. Появилось множество современных профессий, специфика которых наиболее удачно передается именно с помощью этого элемента. Авторы уверены в полной семантической прозрачности этого структурного компонента и легко соединяют его как с русскими, так и с иноязычными корневыми морфемами [12: 232]. Ср. заголовок в «Комсомольской правде» (7 февраля 2003): *Компромат на клонмейкеров.*

Значительная роль в интерпретации заголовка отводится извлечению адресатом имплицитных смыслов, не нашедших вербального и иконического выражения, но присутствующих в нем наряду с эксплицитными смыслами. Заголовок – это первое, что видит читатель, когда берет в руки газету. Каждый

194 | заголовок обладает своей эмоциональной окраской, которая пробуждает читательский интерес и привлекает внимание. Именно заголовок побуждает читателя продолжить чтение, так как он несет в себе краткое содержание статьи, а иногда и авторскую оценку, предваряя текст. Еще в 1989 году Э.А. Лазарева в работе «Заголовок в газете» писала, что исследования психологов показывают – около 80% читателей уделяют внимание только заголовкам [Лазарева, 1989, с. 31].

Для того чтобы заголовок произвел необходимый эффект на читателя, авторы статей используют различные синтаксические и лексические средства выразительности. Например, в заголовках могут быть использованы: клише, различные пословицы и поговорки, фразеологизмы, идиомы, аллюзии, метафоры, эпитеты цитаты из известных кинофильмов, книг или пьес или и названия, и т.д. Поэтому при интерпретации смысла заголовков у адресата могут возникнуть различные трудности. В современной русской прессе заголовки обладают большой степенью имплицитности. Имплицитная информация медиатекста может быть, во-первых, обязательной, во-вторых, факультативной. Этому разделению способствуют мелиоративные и пейоративные коннотации, социально и культурно обусловленные ассоциации заимствованных слов, которые могут не распознаваться адресатом или распознаваться частично – отсюда и факультативность.

Имплицитность – это та информация, для получения которой требуются усилия реципиента, не сводимые к сопоставлению языковых единиц и их значений (то есть «опознанию» единиц в тексте) [Борисова, 1999, с. 35]. Ср.: *Перетягивание каратов* (Коммерсантъ, 21 января 2019), *Собака Путина наведет порядок в стае* (Московский комсомолец, 18 января 2019), *Сокровища питерских коммуналок* (Московский комсомолец, 18 января 2019), *«Ватрушка» – детям не игрушка* (Московский комсомолец, 23 января 2019). Авторы заголовков используют имплицитные утверждения как эффективный прием речевого воздействия.

Но также существуют и заголовки, которые обладают эксплицитным смыслом. Ср.: *В Петербурге продают квартиру Шостаковича* (Московский комсомолец, 18 января 2019), *Почему Чубайс предложил поднять цены на электричество?* (Аргументы и факты, 23 января 2019), *Сергей Собянин: «Рост доли услуг – это мировой тренд»* (Аргументы и факты, 23 января 2019), *Тотальный диктант в Москве под угрозой срыва?* (Коммерсантъ, 24 января 2019].

Прямой смысл высказывания определяется из эксплицитно сформулированной мысли – выраженного с помощью лексических и грамматических средств высказывания, в то время как имплицитный смысл речевого акта вытекает, с одной стороны, из его эксплицитно выраженного содержания, а с другой стороны, из соответствующего «сгустка» индивидуальных знаний о мире. Смысл высказывания предполагается «между строк» текста, а точнее

говоря, между высказываниями, составляющими текст, и является связующим высказывания умозаключение на основе причинно-следственных связей.

Для того чтобы извлечь смысл, адресат использует такой прием, как инференция. Инференция – когнитивная операция человеческого мышления, в ходе которой, опираясь на непосредственно содержащиеся в тексте сведения, человек выходит за пределы данного и получает новую информацию [14: 33].

Процессы имплицирования и инференции представляют собой взаимосвязанные процессы. Имплицирование информации адресантом сопровождается последующим инферентным выводом со стороны адресата заголовка, что обусловлено прагматической направленностью заголовка на адресата. Каждый заголовочный текст, содержащий информацию, выраженную как эксплицитно, так и имплицитно, рассчитан на понимание, извлечение заложенной информации. Но извлечение смысла из данной информации может быть осуществлено только в «рамках определенного контекста» [11: 25].

Таким образом, существует вероятность того, что адресат не сможет интерпретировать смысл заголовка, так как желание адресанта «зацепить» и удержать внимание аудитории, используя настолько сложные средства выразительности, что читатель не может извлечь смысл заложенной информации. Для этого адресанту, автору, необходимо учитывать особенности своей целевой аудитории, а именно уровень образования, род деятельности и возраст, так как это поможет сформировать такой материал, из которого путем интерференции будет «удачно» извлечен как имплицитный, так и эксплицитный смыслы.

Параметры выбора тех или иных стратегий интерпретации зависят не только от внутрилингвистических, но и от экстралингвистических факторов. Необходимость выявления экстралингвистических факторов и механизма их влияния на языковые изменения, в том числе и на языковую вариативность, способствовала появлению новых наук, таких как социолингвистика, психолингвистика, лингвокультурология, этнолингвистика, когнитивная лингвистика и других, возникших на стыке лингвистики, с одной стороны, и социологии, психологии, культурологии, этнографии с другой стороны.

Э. Сепир писал: «Обычно считается, что характер и размеры заимствования зависят исключительно от исторических фактов культурного общения. Это в значительной мере верно, но это не вся правда. Представляется весьма вероятным, что психологическая позиция самого заимствующего языка в отношении языкового материала в значительной мере обуславливает его восприимчивость к чужеродным словам» [12: 175]. На психологический фактор как причину заимствования указывают и другие авторы, причем в современных условиях к таким психологическим факторам относится эффект новизны. Помимо эффекта новизны, к психологическим причинам следует причислить и стремление к престижности: заимствования сигнали-

196 зируют, что автор обладает определенной информированностью, высоким уровнем образования, принадлежностью к социальной группе высокого ранга, ориентирован на западные средства массовой и отраслевой информации. Неологическая активность человека в значительной степени стимулируется внутри парадигм, объединяющий тематически связанную лексику, то есть лексические единицы, представляющие разновидности одного и того же предмета (*гамбургер, чизбургер, фишбургер*). В момент ввода в речь неологизма адресант сопоставляет тематически связанные слова, объединяя их в ряды, постороенные либо по принципу радиации, либо по принципу конкатенции, реализующему последовательность этапов. Когда неологизм вовлекается в сеть ассоциативных семантических связей, создаваемый при этом фон существенно облегчает момент ввода новообразования. Психологи утверждают, что линия упреждающего синтеза проявляется в выполнении лингвистических обязательств: человек, произнося одно слово, уже как бы берет на себя определенные «обязательства» по высказыванию других. Иначе говоря, последующие слова упреждающе синтезированы уже в момент произнесения человеком каждого предыдущего слова. Несформированные же связи или ложные ассоциации по тому же механизму упреждающего синтеза (что нередко бывает в случае иноязычных неологизмов) влекут за собой ошибочные высказывания и коммуникативные неудачи (примеры «народной этимологии» и связанные с этим курьезы хорошо известны).

Онтологическая сущность прагматики нового слова заключается в ее динамичном характере. Процесс его конвенционализации состоит во включении инновации в широкий социокультурный контекст. В этом процессе большую роль играют прагматически релевантные характеристики членов социума. «Как правило, быстрее неологизм воспринимается представителями молодого и среднего возраста, обладающими определенным уровнем образования, имеющим большой доступ к СМИ, принимающим активное участие в социальном общении» [9: 30].

Употребление иноязычных слов в медиадискурсе позволяет выявить стратегии и интерпретации смысла с позиций социолингвистического подхода, то есть понять, как влияют на формирования понимания смысла заголовков такие факторы, как возраст, уровень образования, род деятельности и когниции адресата. Когниция, как основное понятие когнитивной лингвистики, охватывает знание и мышление в их языковом воплощении, а потому когниция оказалась тесно связана с лингвистикой. Когнитивная лингвистика предполагает, что каждая социальная группа обладает различным когнициями. Сейчас уже стало аксиомой, что во всём комплексе наук о человеке сталкиваются, в первую очередь, отношения между языком и другими видами человеческой деятельности. Язык даже в большей степени, чем культура и общество, дает ключ к пониманию человеческого поведения. Частью языка, безусловно,

является его пониманием, то есть интерпретация смысла любого высказывания, текста или слова.

В когнитивной лингвистике термин «когниция» начинает обозначать не только процессы научного и обыденного познания, но и единицы знания, мнения и оценки, в качестве которых выступают разные форматы и структуры современного знания. Когнитивная лингвистика предлагает такую цепочку «знание – значение – знак», но добавляет, что любой объект, явление или выражение, в данной работе – заголовки, может быть описано другой языковой формой. Языковая форма зависит от того, как это выражение (заголовки) были осмыслены языковой личностью. Под языковой личностью имеется в виду носитель языка, способный реализовать в речевой деятельности некую совокупность языковых средств, характеризующих определенную часть языкового коллектива (социальную группу) в данный промежуток времени. Данное исследование делает попытку выяснить влияют ли такие параметры как возраст, уровень образования и род деятельности на цельность, и органичность языковой личности.

Именно когнитивная лингвистика вводит такие термины, как пресуппозиция, обозначающий необходимый семантический компонент, обеспечивающий наличие смысла в предложении, и эмпатия – идентификация говорящего с участником или объектом сообщаемого события, изложение чего-либо с некоторой точки зрения. Термины *пресуппозиция* и *эмпатия* широко используются не только во многих научных исследованиях, но и в данном исследовании.

Процедура интерпретации подразумевает под собой выдвижение гипотезы интерпретатором, а затем ее подтверждение или опровержение о смысле выражения, в нашем случае, заголовка. Данный процесс характеризуется, по В.З. Демьянкову:

- 1) объектами ожидания (тем, по поводу чего предвосхищения появляются);
 - текст, ожидаемый после конкретного высказывания, слова и т. п.;
 - внутренние миры автора: один (если интерпретатор полагает, что автор искренен) или несколько (в зависимости от количества эшелонов намерений, которые интерпретатор подозревает у автора);
 - внутренний мир интерпретатора в том виде, в каком, как полагает интерпретатор, он представляется автору речи, – т. е. дважды преломленное представление интерпретатора о собственном внутреннем мире.

2) основаниями ожидания (более или менее вескими).

В.З. Демьянков уделяет большое внимание именно «миру» интерпретаторов, что совершенно логично, так как именно внутренний мир влияет на то, к какому результату придет адресат в процессе интерпретации. Так как интерпретация осуществляется человеком, важно учитывать антропоцентрический принцип. Он обнаруживается в том, что человек становится

198 | точкой отсчета в анализе тех или иных явлений, он вовлечен в этот анализ, определяя его перспективу и конечные цели. В лингвистике антропоцентрический принцип связан с попыткой рассмотреть языковые явления в связи с позицией язык&человек. Е.С. Кубрякова отмечает, что «антропоцентризм характеризуется как особый принцип исследования, который заключается в том, что научные объекты изучаются, прежде всего, по их роли для человека, по их назначению в его жизнедеятельности, по их функциям для развития человеческой личности и ее усовершенствования» [14: 23].

Именно поэтому особое значение имеет интерпретация медиатекста в рамках личностного восприятия интерпретатора – это поляризует адресантов, что разграничивает выбранные ими стратегии и соответственно приводит к различным выводам. Личностные методы интерпретации медиатекста бывают разными, они могут опираться на такие факторы, как межличностные: на истолкование диктуемой автором речи, а также связи между различными интерпретаторами, поэтому индивиды сходно воспринимают одни и те же высказывания, интенциональность, намерения (регулирующие ход интерпретации) автора речи, более или менее адекватно распознаваемые, самого интерпретатора – все это характеризует глубину и завершенность интерпретации. Намерения и гипотезы интерпретатора поляризуются с намерениями автора речи, и все это зависит от личности интерпретатора, причем на одном полюсе – те адресаты, кто легко принимает в качестве законных все намерения автора речи, а на другом – те, кто воспринимает чужую речь сверхкритично и отстраненно.

Эмпатия состоит в принятии презумпций автора, которые интерпретатор реконструирует, основываясь на своих знаниях: то есть, интерпретатор смотрит на вещи «чужими глазами» и готов узаконить любые намерения в чужой речи, приняв намерения автора как аксиому. Именно в этом направлении – доверие к мнению автора текста (то есть журналиста) заключается одна из главных проблем интерпретации. Так как журналисту, особенно в газете, необходимо как можно более заинтересовать массового адресанта, а для этого используются заголовки, содержащие в себе больше имплицитности, чем необходимо. Ср.: *Исповедь грешника в погонах* (Московский комсомолец, 9 января 2019), *Думайте сами, решайте сами – сажать или не сажать* (Московский комсомолец, 24 января 2019), *Недорого, но прозрачно* (Коммерсантъ, 14 января 2019), *Выравнивание на флаг* (Коммерсантъ, 30 января 2019).

Большую роль при восприятии текстов играют фоновые знания получателя текста, который, в свою очередь, представляет определенную социальную общность. Именно из-за этого интерпретация одного и того же текста разными адресатами может происходить со значительными расхождениями. Чаще всего это относится к художественным и публицистическим текстам, так как другие виды текстов (научные тексты) создаются как однозначные. Художественные

и публицистические тексты предполагают различия в трактовке их смысла. Содержание таких текстов неоднозначно, что может расцениваться как множественность содержания. Поэтому человек, воспринимающий текст, создает индивидуальную проекцию, которая может различаться с проекцией других адресатов, а также может отличаться от коммуникативной интенции автора.

Такой феномен, как вариативность восприятия объясняется несколькими причинами. Адресаты могут обладать разной мотивацией, когницией, эмоциями, опытом и социальным положением. Именно эти факторы побуждают индивида обратиться к данному тексту.

Во время процесса интерпретации текста адресат опирается на схемы знаний о мире, которыми обладает. Эти схемы складываются из знаний, опыта, социального положения в обществе – это определяет, как адресат будет ориентироваться в конкретной ситуации, которая описывается в тексте. К.Ф. Седов подчеркивает зависимость успеха коммуникации не только от «языковой компетенции участников общения, но и от их жизненного опыта, от знания законов социального взаимодействия людей в той или иной области, от социально-психологической компетенции» [19: 122].

Именно поэтому необходимо рассматривать интерпретацию через призму таких наук, как социолингвистика. Социолингвистика давно изучает проблемы, связанные с социальной природой языка, его общественными функциями, ролью, которую играет язык в жизни общества, механизмом воздействия социальных факторов на язык.

Еще одним важным моментом в исследовании является коммуникативная компетенция адресата и адресанта. Как своеобразный синтез содержательного наполнения термина коммуникативная компетенция воспринимается определение, принадлежащее М.Р. Львову. В Словаре-справочнике по методике преподавания русского языка он пишет: «Коммуникативная компетенция – термин, обозначающий знание языка (родного и неродного), его фонетики, лексики, грамматики, стилистики, культуры речи, владение этими средствами языка и механизмами речи – говорения, аудирования, чтения, письма – в пределах социальных, профессиональных, культурных потребностей человека. Коммуникативная компетенция – одна из важнейших характеристик языковой личности. Коммуникативная компетенция приобретает в результате естественной речевой деятельности и в результате специального обучения» [16: 92–93].

В процессе коммуникации носители языка пользуются средствами языка – его словарем и грамматикой – для построения высказываний, которые были бы понятны адресату. Адресат, в свою очередь, пользуется этими же средствами, чтобы понять замысел адресанта. Однако знание только словаря и грамматики недостаточно для того, чтобы общение на данном языке было успешным: надо знать еще условия употребления тех или иных языковых еди-

200 | ниц и их сочетаний. Таким образом, помимо собственно грамматики адресат и адресант должны усвоить ситуативную грамматику, которая предполагает использовать язык не только в соответствии со смыслом лексических единиц и правилами их сочетания в предложении, но и в зависимости от характера отношений между пишущим и адресатом, от цели общения и от других факторов, знание которых в совокупности с собственно языковыми знаниями составляет коммуникативную компетенцию носителя языка.

Теоретическую составляющую коммуникативной компетенции образуют коммуникативно-значимые знания о системе языка, о речеведческих, речеповеденческих понятиях, о видах речевой деятельности, об особенностях функционирования единиц языка в речи; практическую составляющую – речевые умения в рецептивных (слушание и чтение) и продуктивных (говорение и письмо) видах речевой деятельности. Утверждаемое звучит особенно достоверно и убедительно на фоне высказывания Г.О. Винокура: «Язык вообще есть только тогда, когда он употребляется» [4: 428].

Процесс интерпретации смысла существует на всех уровнях познавательной деятельности. В данной работе трактовка интерпретации В.З. Демьянкова является основополагающей. Интерпретация – толкование, трактовка, анализ и синтез текста, диалог смыслов читателя со смыслами автора, когда смысл «приращивается» путем домысливания, которое опирается на опыт массового адресата.

Результатом интерпретации смысла является понимание. Понимание может быть разным в зависимости от личностных характеристик интерпретатора. Интерпретация смысла не может быть проверена, но должна быть обоснована. Но процесс интерпретации смысла должен заканчиваться внутренне реализованной удачной интерпретацией. Это такая интерпретация, которая необязательно проявляется внешне для других, но дает понимание смысла высказывания интерпретатору. Важным фактором для удачной интерпретации становится устранение собственных смысловых наслоений и попытка проникновения в замысел автора интерпретатором. Это своего рода неписаное этикетное правило интерпретации. Смысл – это привнесение субъективных аспектов значения соответственно данному моменту и ситуации. Для изъятия смысла из заголовка адресат будет пользоваться стратегиями интерпретации. По В.З. Демьянкову, стратегии интерпретации – организующие реальный ход интерпретирования и соединяющие между собой цели и средства интерпретации [7: 11].

Сегодня не существует правильного и единого смысла текста. Текст имеет множество вариантов интерпретации. Каждый результат интерпретации смысла – субъективен и зависит от опыта интерпретатора, таким образом, происходит «конструирование мира» одного определенного адресата. К.Ф. Седов в работе «Психолингвистические аспекты изучения речевых

жанров» подчеркивает зависимость успеха коммуникации (интерпретация смысла является коммуникативным актом) от жизненного опыта, от знания законов социального взаимодействия людей в той или иной области [19]. Именно поэтому так важно исследовать стратегии интерпретации смысла через антропоцентрический принцип. Антропоцентрический принцип предполагает, что «человек становится точкой отсчета в анализе тех или иных явлений, что он вовлечен в этот анализ, определяя его перспективу и конечные цели» [9: 212]. Следовательно, важной и определяющей частью в данном исследовании становится социолингвистическая направленность. Для социолингвистики важным является не сам язык, не его внутреннее устройство, а то, как пользуются языком люди, составляющие то или иное общество. При этом учитываются все факторы, которые могут влиять на использование языка: возраст, уровень образования, род деятельности и когниции. Сопоставляя данные небольшого научного эксперимента, можно говорить о специальном подходе к выбору лексических единиц в том или ином медиатексте. Нагляднее это можно сделать, проанализировав лексику такого популярного издания, как «Коммерсантъ». Здесь явно прослеживается ориентация автора на целевую аудиторию и здесь, как уже говорилось ранее, индикатором выступаем иноязычное слово, хотя, исследуя тексты газет «Московский комсомолец» и «Аргументы и факты», нельзя сказать о такой наглядности.

Лексика	Количество	Примеры
Заемствования	16	саммит, худи, апроприировавший, фешн-индустрия, фрик, продюсер, референдум, конфронтация, аккаунт, шоумен, уикенд, кризис, аутсайдер, мейнстрим, мега-сейллер, холдинг
Разговорные слова и выражения	14	всплеснуть руками, вразумить, справороксы (члены партии «Справедливая Россия»), нарваться, по высшему разряду, тянуть резину, пару раз, выводить на чистую воду, братавшиеся, разудалый, в конце концов, натужный матч, тусовки, дурак.
Просторечные слова	3	выкликать, родине было наплевать, зубодробительно смешной
Терминология	16	денуклеаризация (ядерное разоружение), конфигурация, инвестор, инвестиции, флагман, дезинтоксикация, инфраструктура, транш, арбитражный процесс, милитаризм, нестационарная розница, кеги (металлическая емкость для хранения пива), сквозной блок рекламы (ТВ), контейнерный транзит, городские агломерации, фондовый рынок
Профессионализмы	5	сверка часов (воен.), опцион (экон.), квалификация (спорт.), тенор-альтино (муз.), постпродакшн (кин.)

Таблица 1. Газета «Коммерсантъ» № 178 (6416 с момента возобновления издания)

Таким образом, для выявления стратегий интерпретации смысла газетных заголовков важно учитывать социолингвистический подход, выявлять социокультурные роли лексических единиц (иноязычных слов), так как такой подход отличает одного интерпретатора от другого, что разводит выбранные ими стратегии, соответственно, приводит к различным выводам.

На сегодняшний день, когда современный мир обладает высокой динамикой подачи медиатекста, когда одна новость сменяет другую каждую минуту или даже секунду, важно следить и отслеживать разнообразную информацию, то есть быть включенным в информационное поле и следить за новостной повесткой. Иногда у адресата нет времени читать текст той или иной публикации полностью, именно тут ему на помощь приходят заголовки. Заголовок – стержень информации и репрезентирует в сжатом виде содержание медиатекста. Заголовок именуется и/или характеризует текст, прогнозирует содержание, интерпретирует текст, сообщая ему дополнительные смыслы.

Особенностью заголовка, а значит, причиной, почему именно заголовки газет стали объектом данного исследования, является то, что он играет роль медиатора между медиатекстом, совокупностью предшествующих текстов и человеком, его эмоционально-ценностной средой, опытом и объемом имеющихся у него фоновых знаний.

Наука, так же как и мир, не стоит на месте, она развивается, находит новые стороны изучения объектов. Лингвистика точно также исследует ранее изученные проблемы, но теперь уже на более глубоком уровне. Именно поэтому появляются различные междисциплинарные подходы, которые сопряжены с лингвистикой, одной из таких наук является – социолингвистика.

В социолингвистическом аспекте стратегии интерпретации смысла газетных заголовков не были изучены. Безусловно, рассмотренные в данной работе стратегии интерпретации Д.Б. Гудкова, В.З. Демьянкова и Ю.А. Беловой внесли огромный вклад в изучение процесса интерпретации, выбора той или иной стратегии интерпретации, однако, они не в полной мере рассматривают стратегии интерпретации смысла газетных заголовков с позиции их социокультурных ролевых особенностей.

Смысл газетного заголовка – явление многогранное и сложное, опирающееся на множество составляющих. Однако можно только предположить, как будет интерпретирован смысл в сознании адресата, так как способность понимания смысла у каждого человека индивидуальна. Необходимость объяснять, как влияют именно такие факторы, как возраст, род деятельности и уровень образования на выбор тех или иных стратегий интерпретации смысла газетных заголовков адресатами, не исчерпывается полностью. Личность каждого адресата – это набор социальных свойств. Каждый адресат – продукт общественного развития и включения индивида в систему социальных отношений посредством активной предметной деятельности и общения.

Социальная личность характеризуется целенаправленной деятельностью, социальным статусом, знаниями, уровнем профессиональной подготовки, ценностными ориентациями и социальной активностью. У каждого адресата, безусловно, вышеперечисленные характеристики будут отличаться, но есть такие признаки, по которым даже отличных друг от друга адресатов можно разделить на определенные группы. Это факторы социолингвистического аспекта, на которые необходимо обращать внимание в первую очередь: возраст, род деятельности и уровень образования (все это предполагает наличие особых когнийций у адресата). Социальная стратификация языка во многом предопределяет объем и характер используемых иноязычных слов. Мы намеренно не рассматриваем просторечие, ибо оно представляет собой негомогенное образование. Сам термин – *просторечие* – давно утратил былую однозначность. Под просторечием понимают и некодифицированную речь людей, не владеющих нормами литературного языка, и намеренно (интенционально) сниженную речь людей вполне грамотных (в последнем случае, неясно, чем просторечие отличается от так называемого общего жаргона). Не случайно в толковых словарях нового поколения авторы отказываются от «безграмотной» словарной пометы «просторечн.»

Для выяснения предположений о выявлении социально-культурных ролей иноязычного слова в медиатексте (на примере заголовков современных печатных изданиях) была сделана попытка выявления экспериментальным путем влияния социолингвистического фактора на восприятие смысла и интерпретацию текста, при этом рассматривались такие его составляющие, как возраст, род деятельности и уровень образования адресата.

Одним из аспектов данного исследования стало выявление отличия целевой аудитории газет «Аргументы и факты», «Коммерсантъ» и «Московский комсомолец» не просто в теории, но и рассмотрение того, как это осуществляется на практике. Анализ газет показал, что все три издания пишут публикации на актуальные темы. Например, «Взрыв в Магнитогорске», «Стена между Мексикой и США», «Мусорная реформа», «Медведев на Гайдаровском форуме», «Минэкономразвития собирается ввести социальные нормы потребления электроэнергии для населения». Но каждая газета учитывает специфику своей целевой аудитории, что проявляется в подаче информации и выборе определенных слов в заголовках. Ср.: Медведев на Гайдаровском форуме: «*Медведев и гильотина*» (Аргументы и факты), «*Со всеми отсекающими*» (Коммерсантъ), «*Беднякам здесь не место*» (Московский комсомолец).

Проанализировав прагматические созначения заголовков с эксплицитно выраженным смыслом и заголовков с имплицитным смыслом, различающиеся по локализации смысла, на поверхностном или на глубинном уровне соответственно, можно утверждать, что, безусловно, наибольший интерес представляют заголовки с имплицитным смыслом, в которых смысл скрыт

204 | и локализуется на достаточной глубине, требуя усилия адресата, которые не сводятся к простому сопоставлению языковых единиц и их значению в медиатексте. Заголовки с имплицированным смыслом чаще всего требуют более глубокого знания, а соответственно анализа газетных заголовков. Именно поэтому так важно понять, что обуславливает выбор той или иной стратегии интерпретации смысла заголовков.

По результатам анкетирования некоторых групп, адресатов различных видов медиадискурса самые удачные стратегии интерпретации смысла газетных заголовков принадлежали таким группам, как «школьники», «студенты» и «рабочие профессии», то есть анкетированным в возрасте от 15 до 35 лет. Это может объясняться тем, что респонденты включены в информационное поле и следят за новостной повесткой – респонденты в возрасте от 15 до 35 лет – активные пользователи сети Интернет. Это подтверждается опросом, который провел Всероссийский центр изучения общественного мнения в конце 2018 года (Развитие Интернета: <http://www.bizhit.ru>: количество пользователей интернета в России). По результатам опроса, респонденты в возрасте от 18 до 35 лет проводят в Интернете более четырех часов в день. Также стоит отметить, что единственный человек более старшего возраста (69 лет), который «удачно» интерпретировал смысл газетного заголовка «Яма посреди хайпа» являлся активным пользователем сети Интернет, о чем свидетельствует его совпадающее с задуманным адресантом объяснение стратегии интерпретации смысла заголовка. Главенствующее влияние при интерпретации заголовков оказывает фактор «возраст», тогда, как факторы «род деятельности» и «уровень образования» оказывают наименьшее влияние на формирование стратегий интерпретации смысла газетных заголовков. Это подтверждается данными проведенного эксперимента.

Приведенные данные позволяют выявить влияние социолингвистических факторов на стратегии интерпретации смысла газетных заголовков российских медиатекстов, причем особенная социокультурная роль отводится иноязычному слову. Именно вкрапление иноязычной лексики позволяет массовому адресату медиатекста вариативно интерпретировать информацию. Смысл медиатекста, опираясь на когнции представителей различных социальных страт, интерпретируется по-новому.

Литература

1. Белова Ю.А. Смысл газетного заголовка: трудности интерпретации / Ю.А. Белова // Вестник Башкирск. ун-та. Уфа: Башкирский государственный университет, 2013. Т. 18. № 3. С. 794–796.
2. Богуславская В.В. Газетный заголовок как полифункциональный речевой акт // Языковые единицы: логика и семантика, функции и прагматика. Таганрог, 1999. С. 178–185.

3. Борисова Е.Г. Имплицитная информация в лексике / Е.Г. Борисова. Имплицитная информация в языке и речи. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 30–42.
4. Винокур Г.О. Проблема культуры речи // Язык, культура, гуманитарное знание. Научное наследие Г.О. Винокура и современность. М.: Научный мир, 1999. С. 427–443.
5. Горелов И.Н. Основы психолингвистики / И.Н. Горелов, К.Ф. Седов. М.: Лабиринт, 2001. 304 с.
6. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д.Б. Гудков. М.: Гнозис, 2003. 288 с.
7. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ / В.З. Демьянков // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Отв. ред. М.Н. Володина. М.: Изд-во МГУ, 2003. С. 116–133.
8. Добросклонская Т.Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета / Т.Г. Добросклонская. Серия 10: Журналистика. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2006. № 2. С. 20–33.
9. Засурский Я.Н. Медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского ун-та. 2005. № 2. Серия 10 «Журналистика». С. 3–6.
10. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. М.: Гнозис, 2004. 390 с.
11. Китанина Э.А. Манипулятивные технологии современной социальной рекламы: лингвопрагматический аспект / Э.А. Китанина // Человек в информационном пространстве: Сб. науч. ст. / Под общ. ред. Т.П. Курановой. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2019. С. 109–113.
12. Китанина Э.А. Прагматика иноязычного слова в русском языке: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Э.А. Китанина. Краснодар, 2005. 41 с.
13. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой массмедиа. СПб.: Златоуст, 1999. 320 с.
14. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. 245 с.
15. Лазарева Э.А. Заголовок в газете / Э.А. Лазарева. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989. 96 с.
16. Львов М.Р. Словарь-справочник по методике преподавания русского языка: Пособие для студентов педагогических вузов и колледжей / М.Р. Львов. М.: Издательский центр «Академия»; Высшая школа, 1999. 272 с.
17. Николаев С.Г. Смысл и стилистическое назначение иноязычного заглавия в русской поэзии // Язык в прагматическом аспекте: экспрессивная

- 206 | стилистика, риторика. Межвузовский сб. науч. тр. Ростов/н Д., 2003. С. 125–135.
18. Прохорова К.В. Газетный заголовок: проблемы и функциональные проблемы / К.В. Прохорова. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2005. 21 с.
 19. Седов К.Ф. Психолингвистические аспекты изучения речевых жанров // К.Ф. Седов. Жанры речи. Вып. 3. Саратов: Колледж, 2002. 318 с.
 20. Сепир Э. Язык // Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Пер. с англ. А.Е. Кибрика. М.: Прогресс, 1993. С. 19–220.
 21. Солганик Г.Я. Стилистика текста / Г.Я. Солганик. М.: Наука, 1997. 132 с.
 22. Сыров И. А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста / И. А. Сыров // Филологические науки. 2002. № 3. С. 59–67.
 23. Хазагерев Г.Г. Персоносфера русской культуры // Новый мир. 2001. № 1. С. 134–169.
 24. Хазагерев Т.Г., Ширина Л.С. Общая риторика. Курс лекций. Словарь риторических приемов. Ростов н/Д: Феникс, 1994. 320 с.
 25. Христова Н.А. Нарушение языковой нормы в текстах СМИ: влияние на познавательные структуры индивида: Дис. ... канд. филол. наук: спец: 10.02.19 «теория языка» / Н.А. Христова. М.: Наука, 2006. 206 с.
 26. Шостак М.И. Журналист и его произведение / М.И. Шостак. М.: Гендальф, 2012. 96 с.
 27. Bell A. Language and the Media / A. Bell // Annual Review of Applied linguistics, 1995. Vol. 15. – P.64-104.
 28. Scflicka V. Text. Kontext. Subtext. Slavia pragensia. III. Philologica. 3. 1961.

Текст и дискурс на русском языке в межкультурной и внутрикультурной коммуникации

Текст и дискурс важно рассматривать в действии, функционально, т. е. в процессе внутрикультурной и межкультурной коммуникации. Важной особенностью как генерации дискурса, так и понимания смысла дискурса является учет идиоэтнических особенностей среды, в которой происходит дискурсивная интеракция. Об этих особенностях идиоэтнического восприятия смысла в очень общей форме рассуждал В. фон Гумбольдт, говоря о духе нации (всем понятно, что это такое на интуитивном уровне, но никому не удавалось сформулировать этот феномен в научно-логической форме). Не менее загадочным, хотя более понятным оказывается утверждение Гумбольдта о том, что язык опоясывает круг вокруг говорящего, и выйти из него можно, только вступив в некий новый круг другого языка. Следовательно, возникает проблема научного осознания очень расплывчатых формулировок основательницы теории межкультурной и внутрикультурной коммуникации, к которым с полным основанием следует отнести В. фон Гумбольдта. В конечном счете в последующем развитии этого направления лингвистики и философии языка было сформулировано понятие «картины мира» (Н. Бор) и связанное с ним понятие «менталитет», а также отдельные понятия когнитивной лингвистики («когнитема», «логоэпистема», «скрипт», «фрейм», «профиль» и др.), которые добавились и существенно обогатили существующие с античных времен понятия «идея», «концепт», «суждение» и др.

Тем не менее проблема прояснения понятийной базы, на которой осуществляется обмен мнениями на языке в виде дискурсов, сохраняется. И в этом направлении были сделаны существенные шаги, в частности Г.П. Мельниковым, которые остались малозамеченными в общей теории дискурсологии. Л.Г. Зубкова пишет: «В результате многолетних исследований Г.П. Мельниковым выделены четыре внутренние детерминанты как четыре главных коммуникативных ракурса и соответственно четыре внутренние формы, которые характеризуют выделенные В. Гумбольдтом морфологические типы языков: обстановочная – инкорпорирующий тип, (качественно) признаковая – агглютинирующий тип, событийная – флективный тип, окказиональная – корнеизолирующий тип» [1. С. 13–14]. Фактически по этим основным детерминантам можно определить языковой тип мышления и даже в целом коммуникативный тип языкового сознания сообщества, говорящего на том или ином языке. Так, по типологии детерминант, разработанных Г.П. Мельни-

208 | ковым, русские мыслят событийно, если учитывать исконную и исторически первичную природу идиоэтнического мышления (однако в настоящую эпоху, когда мир, по выражению Маклюэна, превратился в «большую деревню», можно встретить и смешение таких типов, характерных для ситуации межкультурной коммуникации).

Внутренняя и внешняя детерминанты языка

Системная лингвистика Г.П. Мельникова выделяет в русском языке такие внутренние детерминанты:

1. Событийность, т.е. способность представлять разворачивающуюся ситуацию в виде события: *аптека находится на углу*, мы ее там находим, а значит – ищем, а значит – болеем или что-то случилось и т.д. Все это похоже на название фильма и сам фильм, поэтому высказывание с таким предикатом имеет глубокий пласт событий, стоящих за ним.

2. Предсказательность: для носителя русского языка всегда очень важно знать, какой новый элемент последует в разворачивающейся цепи за данным элементом, особенно это свойство русского языка проявляется в синтаксисе, в частности, в активном использовании форм согласования и управления. Предсказательность проявляет себя и на уровне морфологии, лексики и фонетики как в устной, так и в письменной форме.

3. Еще одно важное свойство современного русского литературного языка, которое связано с его событийностью, можно кратко охарактеризовать как «способность не экономить на материале», т.е. тяготение к эксплицитности в языке», – это свойство иллюстрируется способностью языка при помощи огромного лексического многообразия выражать близкие идеи [2. С. 17]. Так, тексты научного содержания фактологических языков, такого как финский, английский и под., содержат в полтора раза меньше слов, чем их переводы на русский язык. В качестве примера можно привести слово из финского языка – глагол *leikata*, который соответствует нескольким русским глаголам – *отрезать, обрезать, разрезать, вырезать, перерезать, нарезать, срезать, раскраивать* и *выкраивать* (соотношение 9 к 1). Кроме того, всем известно неразличение глаголов *мыть* и *стирать*, названия цвета *голубой* и *синий* в английском языке и многие другие примеры). Эти трактовки положений системной лингвистики проливают свет на некоторые особенности дискурсивной коммуникации как на родном языке, так и в рамках кроссинтеракций в межкультурной коммуникации.

Как нам представляется, событийность является основной внешней детерминантой русского языка, которая мотивирует функционирование таких языковых детерминант, как предсказательность и языковая материалоемкость (способность не экономить на языковом материале). Однако наряду с общими внешними детерминантами существует и внутренняя детерминанта, которая оказывается глубоко диалектической целносистемной характеристикой,

учитывающей и те предрасположенности к связям и отношениям, которые вытекают из устойчивого имманентного свойства типологически сформировавшегося языка, и те его свойства и предрасположенности, которые возникают из «диспозиции» языка в сети отношений с объектами окружающей среды [3. С. 25].

Внутренняя детерминанта языка как его форма обуславливает свойства, единицы и отношения на всех уровнях вплоть до фонетического, выявляя таким образом цельносистемность языка. Так становится возможным объяснить функциональные связи между семантическим своеобразием языка и теми особенностями условий общения в языковом коллективе, которые влекут за собой соответствующую модификацию функций языка.

Рассмотрим некоторые конкретные примеры, которые могут служить доказательной базой для теории детерминант. Г.П. Мельников обнаружил внутреннюю детерминанту в урало-алтайских языках, которая связана с таким свойством, как коллекционность. Так, в «Системной типологии языков» он пишет: «Коллекционность словоформы при выборе средств выражения служебной информации и является детерминантой урало-алтайских языков. Конкретно эта детерминанта была сформулирована как „тенденция к экономии служебных морфем“ в словоформах агглютинативных языков» [3. С. 339]. При этом коллекционность понимается как отсутствие заготовленного заранее в языке полного перечня слов, образующего парадигму каждой лексемы. Противоположным принципом оказывается селекционный при наличии парадигм лексемы в языке, например, в русском. Именно коллекционность – это внутренняя детерминанта ур.-алт. языков и агглютинативных языков в целом.

В некоторых случаях детерминанта языка может объяснить суть и смысл развития той или иной черты в языке. Мы бы хотели заострить внимание на гармонии гласных и явлении сингармонизма в связи с агглютинацией в урало-алтайских языках (см. гл. 7 книги [3]). В целом принцип сингармонизма описан в языкознании давно (его описал еще Бодуэн де Куртенэ), но Г.П. Мельников подтвердил его новыми данными, отметив, что в разных языковых ареалах это соотношение реализуется по-разному: в одних языках уподобление происходит по признаку ряда, в других – по признаку подъема гласного, что становится основой для конкретного проявления сингармонизма гласных в агглютинативных языках.

Как нам представляется, в данном направлении можно сделать следующий шаг и приблизиться вплотную к еще одной важной внутренней типологической детерминанте, которую можно назвать изобразительной, иконической детерминантой того или иного языка, и связать ее с функционированием фонетической системы гласных. Суть иконической детерминанты сводится к очень простой идее: в языке отражается особенность, типологическая черта жизни народа (элемент духа народа, по Гумбольдту). В этом смысле сингармонизм очень пока-

210 | зателен как отражение некой ментальной идиоэтнической особенности в жизни народа, говорящего на языке, характеризующемся сингармонизмом гласных.

Так, сама идея сингармонизма, сама по себе понятная и простая, может показаться явлением, просто реализующим принцип подобия в языке, поскольку уподобление гласных в произносительном плане снижает «трудозатраты» на восприятие звуков в потоке речи. Но если бы это было так просто, то мы скорее всего имели бы дело с сингармонизмом как общезыковой универсалией, к которой в разной степени стремились бы все или очень многие языки мира. Однако так не происходит, следовательно, сингармонизм представляет собой более сложное по своей сути явление, опирающееся на жизненную реалию.

Выдвинем предположение, что сингармонизм в фоносимволическом плане символизирует некую идиоэтническую идею, опирающуюся на реальную черту социальной жизни языкового сообщества. Итак, мы говорим о сингармонизме, если гласные служебных морфем в рамках фонетического слова уподобляются гласным, которые находятся в корневой части слова, напр., в венгерском языке *ablak-hoz* ‘к окну’, *cipész-hez* ‘к сапож-нику’, *küszöb-höz* ‘к порогу’; вокализм показателя аллатива *-hVz* (формы с пространственным значением приближения) зависит от вокализма корня [передний – задний (*-hoz/-hez*), ла-биальный – нелабиальный (*-hez/-höz*)] [4]. Чем же может быть обусловлена эта языковая черта, явно опирающаяся на внутреннюю детерминанту урало-алтайских языков? Мы осмелимся предположить, что эта детерминанта заимствована из жизни той эпохи в развитии языка, в которую эта черта складывалась и затем длительное время сосуществовала в языке и жизни языкового коллектива, объем которого был весьма значим. Что же это за черта социума и языка? Ответ прост: это уподобление подчиненной части общества его руководящей вершине по какой-либо качественной черте-характеристике, например, по манере думать и говорить, по согласию с мнением одних с другими и т.д. И это уподобление в процессе звучащей речи в фонетической структуре звучащего слова может изобразительно символизироваться, вероятнее всего, в такой фоносимволической черте иконического характера, как сингармонический повтор гласных корня в гласных финальной части звучащего фонетического слова. В таком случае данную сингармоническую черту следует понимать как фоносимволическое отображение жизненной реалии (черты уклада жизни народа), которая как бы подчеркивает, что в сообществе, говорящем на общем языке, члены языкового коллектива стремятся к согласию с мнением лидеров сообщества, а также с мнением друг друга, что обеспечивает социальный мир в данном сообществе. Именно поэтому в таких языках звуковой облик корневой части слова требует фоносимволического согласования и повтора с уподоблением со звуками аффикса, как и в жизни люди согласуют мнения как по вертикали, так и по горизонтали дискурсивных интеракций.

Таким образом, сингармонизм как языковое явление обусловлен в том числе и отражением в языке вертикали управления языковым обществом на протяжении очень длительного времени (во многих языковых социумах такой образ жизни сохраняется до сих пор). Здесь важно подчеркнуть, что такой уклад жизни признается правильным всеми (или почти всеми) членами социума (языкового сообщества), единственно возможным и рациональным, коль скоро этот уклад повторяется, фоносимволически дублируется даже в языке. И говорящий в звучащей форме подчеркивает некую идею согласия с другими людьми – и равными себе, и властями предрешающими, выраженную в феномене фоносимволического сингармонизма. И такая идиоэтническая детерминанта наряду с детерминантой пространства и времени, а также объема языкового коллектива и межпоколенческой передачи информации в языковой форме, выделенных Г.П. Мельниковым в «Системной типологии языков», вполне имеет право на существование в виде гипотезы, объясняющей происхождение сингармонизма как фоносимволического социофонетического явления.

Аканье и оканье в русском языке как лингвоэтнографемы

Мы пойдем дальше по такому пути к анализу некоторых фонетических особенностей русского языка, не обладающего сингармонизмом, но имеющего не менее заметные социофонетические явления, которые также могут быть обусловлены внешними идиоэтническими детерминантами социального плана.

Итак, мировидение, согласно В. фон Гумбольдту и его последователям, к которым с полным правом можно отнести Г.П. Мельникова, предполагает рассмотрение мира через призму языка. Нашему рассмотрению будут подвергнуты два ярчайших явления в фонетико-орфоэпической сфере русского языка – аканье и оканье, включая гипероканье (произношение типа *норот, скозал, токой* и т. д., существующее в северорусских и сибирских говорах), которые можно связать с некими внешними детерминантами в русском языке и мышлении, даже в менталитете в целом.

Исторически в русском языке, как известно, изначально существовало оканье как раздельное произнесение звуков *а* и *о* в соответствии с фонемами *а* и *о*. Такое оканье и по сей день очень распространено в виде полного оканья на Севере русской равнины и в Сибири, а также в виде умеренного неполного оканья в среднерусском ареале ([4] и мн. другие). Аканье – это явление позднее, возникшее приблизительно в XII веке и медленно распространившееся на территориях южнорусского ареала, при этом вопрос о фонологической природе аканья остается открытым до сих пор [5].

Таким образом, в эпоху русского Средневековья возникла оппозиция фонетических явлений – аканья и оканья, причем это противопоставление и поныне существует в русском общенародном языке, включая диалектный (однако русский литературный язык принял аканье в качестве орфоэпиче-

212 | ской нормы). Дело осложняется еще и усилением позиции оканья за счет явления гипероканья в севернорусских и сибирских говорах, но это явление упомянутую оппозицию не меняет, усиливая лишь позиции одной из сторон.

В качестве предварительной гипотезы примем, что эта оппозиция опирается на идиознтическую детерминанту, т.е. на глубинные ментальные представления русского народа, которые существуют и хорошо осознаются и по сей день. Другими словами, нам необходимо выявить в русском менталитете и картине мира некую внутреннюю детерминанту, которая (или которые) также иконически (подобно вышеописанному случаю с сингармонизмом) обуславливает **оканье** как древнейшую и исходную орфоэпическую черту вокализма русского языка. И такую внутреннюю детерминанту найти вполне возможно.

Так, оканье, включая гипероканье, формирует некую о-детерминанту в лингвоментальной глубинной структуре русского миропонимания, и эта черта иконически связана с идеей круга, общности, объединения людей одного языка и культуры. Это проявляется в том, что в звучащей речи начинает доминировать звук о, который и физически при помощи округления губ иконически и фоносимволически становится мотивированным знаком такой черты, как общинность в русском менталитете и картине мира. И та-кая сугубо фонетическая и артикуляционная черта иконически символизирует и материализует в речи идею объединения для совместного выживания, – а это важнейший концептуальный пункт исконного менталитета русского народа, основа его существования. При этом особо подчеркнем, что такая идея локализована как особо выраженная на Севере, в севернорусских говорах и в Сибири, т.е. характерна для русских, живущих в особо трудных природных условиях долгой зимы, короткого лета, трудностей с выращиванием продуктов питания и т.д., где без общины не выжить. И в этом случае индивидуальное выживание и хуторская система землепользования скорее просто невозможна, единственным способом выживания в таких условиях оказываются община, общность людей, круг.

Совсем иные условия жизни создаются в южной части России, где черноморские обеспечивают плодородие, где также более мягкий климат с возможностью выращивания большего разнообразия продуктов питания. В такой социально-хозяйственной ситуации роль общины снижается, возникает некая черта индивидуалистической ментальности в коллективном бессознательном русского социума этого ареала, и это отражается в языке – в таких областях русской равнины возникало и распространялось аканье, включая московский ареал, на базе которого сформировался литературный русский язык.

Пройдя длительный путь эволюции, именно эта фонетическая черта закрепились в послепушкинскую эпоху и в современном русском литературном языке, и это завершило цикл развития русского языка, начатый преобразованиями Петра и европеизацией элиты России. В ту эпоху существования рус-

ского языка возникла парадоксальная ситуация, когда элита придерживалась акающей нормы в городах и столицах, народный язык тяготел к окающей норме, кроме южных регионов России.

В результате мы приходим к выводу, что о-доминанта и а-доминанта фоносемантически отражают в русской фонетико-орфоэпической структуре речи две разные философии жизни – общинную и индивидуальную. Закончим мы свое рассуждение тем, что борьба этих тенденций в русском языке, ментальности и социуме, не завершена и продолжается в устном и письменном вариантах русскоязычного дискурса в наши дни и продолжится в будущем.

Литература

1. Мельников Г.П. Системная типология языков: Принципы, методы, модели / Отв. ред. и предисл. Л.Г. Зубкова. М.: Наука, 2003.
2. Богомазов Г.П., Трифонова Ю.А. Русский тип языкового мышления и система русского письма // Система языка и языковое мышление / Отв. ред. Е.Ф. Киров. М.: URSS, 2009. С. 16–24.
3. Киров Е.Ф. Культура русской звучащей речи: традиции и современность. М.: ИРЯ им. В.В. Виноградова РАН, 2004.
4. Русская диалектология / Под ред. Л.Л. Касаткина. М.: Академия, 2005.
5. БСЭ: Большая советская энциклопедия. В 65 тт. М.: Советская энциклопедия, 1970.

Текст и дискурс в семиозисе внутрикультурной и межкультурной коммуникации

Что касается дискурса, то ему предпослано много определений [3, 6, 9, 13, 15 и др.], и это в конечном итоге сделало этот предмет расплывчато-определенным, в предельном случае совпадающим с текстом в своей редуцированной дефиниции. Так, Н.Д. Арутюнова в ЛЭС определяет дискурс следующим образом: «Д. – это речь, «погруженная в жизнь». Поэтому термин «Д.» в отличие от термина «текст» не применяется к древним и др. текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно» [14, с.136–137].

«Не подлежит сомнению, что текст и дискурс очень тесно связаны друг с другом в семиотическом плане (П. Сирио). Встанем на точку зрения, что текст функционирует как знак дискурса, включая такой знак, как аналог, типичным представителем которого является фотография объекта или субъекта. Если заранее подготовить некий связный речевой континуум, который будет отличаться завершенностью, логичностью, когезией и когерентностью, то мы получим текст, который еще не стал дискурсом, т.к. не вышел за рамки сознания его создателя, не стал элементом коммуникативной интеракции, т.к. не приобрел пока еще адресата, ради которого и был задуман. Если мы этот

214 | текст прочтем про себя или озвучим, т.е. прочтем вслух, то мы превратим на время чтения текст в дискурс, поскольку этот момент будет протекать в реальном времени и при участии адресата.

Текст как знак дискурса может приобрести письменную форму – это означает, что он в любой момент может вновь превратиться в знак дискурса, если возникнет адресат, способный к пониманию (хотя бы минимальному) информации, заложенной в тексте. Из этого можно сделать вывод, что любой текст – это потенциальный дискурс. Текст может на долгое время затаиться и существовать в записанной форме, но как только его обнаружит некто и начнет читать, на этот период чтения текст вновь превратится в дискурс и так до бесконечности интеракций адресата и адресанта.

Устный текст в виде монолога или диалога – это дискурс онлайн, и если его потом не записать, он больше не существует как реальность и перемещается в виде фрагментов в память (иногда запоминается и слово в слово, т.е. целиком в эпосе и фольклоре).

Итак, дискурс состоит из высказываний, которые представляют собой в минимальной совокупности и целостности не что иное, как речевой акт. Важно провести семиотическую аналогию и осознать высказывания и РА как элементы дискурса в плане семиозиса. Итак, означающим высказывания является предложение (локуция), означаемым оказывается иллюкутивная семантика высказывания, которая и представляет собой смысл высказывания как таковой, который активно формирует в своем сознании понимающий (адресат). Важно подчеркнуть, что в смысле высказывания информации больше, чем в самом предложении, т.к. в этом смысле актуализируются пресуппозиции, фоновые знания и жизненный опыт адресата, который в своем сознании активно выстраивает сказанное и подразумеваемое в целостную смысловую конструкцию, являющуюся иллюкуцией высказывания как элемента РА.

Денотатом высказывания как элемента речевого акта можно признать перлокутивный эффект, т.е. реальное изменение в цепи реальных событий или положения дел в реальном мире (например, закрывание окна), выгодное в той или иной степени всем коммуникантам (или одному из них). В этой связи в качестве основы для описания дискурса следует принять типологию речевых актов, разработанную Дж. Серлем, Дж. Остиным и Дж. Россом, адаптированную для русского языка акад. Н.Д. Арутюновой.

Важно подчеркнуть с точки зрения времени, что та часть дискурса, которая находится в прошлом, оказывает очень существенное влияние на дискурс в настоящем, что было открыто Кантом в его рассуждениях о времени. Можно даже сформулировать сильную онтологическую детерминанту, утверждая, что в дискурсе и ткани событий настоящего времени нет и не может быть ничего, что бы не было заложено, хотя бы в зачаточном виде, в предшествующем дискурсе и ткани событий прошедшего времени. Говоря образно, в дискурсе

настоящего прорастает зерно, брошенное в ткань дискурса в прошлом, – это зерно родит злак и новое зерно, которое опять прорастет в будущем – и так до бесконечности.

Обращаясь к вопросу о разновидностях дискурса, можно сказать, что их столько, сколько видов разнообразной деятельности человека, поскольку каждый вид деятельности порождает свой собственный вид дискурса с присущей ему лексикой и стилистикой. К числу особых видов дискурса следует отнести детский дискурс (онтодискурс), для изучения которого даже возникла специальная наука – онтолингвистика (см. работы С.Н. Цейтлин и ее учеников). Весьма специфичен дискурс криминалитета, который можно отнести к арготическому дискурсу и который следует выделять и изучать особо (см. работы М.А. Грачева [4] и др.).

Исследователями уже давно замечено, что текст и дискурс как бы не равны в плане объема информации и в тексте ее меньше: часть информации в коммуникации уходит в подтекст, в пресуппозиции, в имплицитную часть. Из этого следует, что текст в определенных ситуациях оказывается знаком дискурса. Текст как знак дискурса обязательно должен находиться в определенной коммуникативной позиции – сильной, слабой или сверхслабой. По аналогии с вышесказанным можно предположить, что семиотическая типология текста приводит к выделению таких единиц, как текст в сильной позиции, архитект в слабой позиции и квазитекст в сверхслабой коммуникативной позиции.

Текст в сильной коммуникативной позиции является как бы основным представителем дискурса, совпадая с ним по числу различительных признаков. Другими словами, в позиции реального употребления полный и насыщенный информацией текст равен дискурсу, выступает его аналогом. Предельным фактом совпадения текста и дискурса является перформативный дискурс, равный по информации тексту. Такая позиция для текста является сильной, и он оборачивается в конкретной обстановке его употребления аналогом дискурса, является его основным видом.

Однако наша коммуникативная практика отнюдь не всегда состоит из перформативных высказываний и речевых актов, образующих «перформотекст», поэтому в реальной коммуникации нередко между текстом и дискурсом возникают иконические семиотические соответствия, и текст в этом случае оказывается в слабой позиции. Так, вполне понятно, что текст, в основном содержании которого имеется достаточное количество информации, но ее часть отнесена в подтекст с учетом предполагаемых фоновых знаний адресата, является иконическим (с достаточной степенью подобия в семиозисе) знаком соответствующего дискурса, при этом в понимаемом смысле имеются элементы подтекстовой информации, возникающие из пресуппозиций, интертекстуальных фоновых знаний, общих для членов коммуникативной

216 | интеракции (адресанта и адресата). Примером такого текста являются рассказы о жизненных ситуациях, статьи в СМИ, реалистические художественные произведения и т.д. Важно подчеркнуть, что такие тексты будут поняты разными людьми хотя бы в какой-то степени неодинаково в зависимости от фонда фоновых знаний о мире, что уже дает основания считать, что между текстом и дискурсом возникают семиотические отношения, при этом реально читаемый или выслушиваемый текст занимает позицию означающего, а дискурс – позицию означаемого. Строго говоря, означаемым в такой ситуации оказывается информативный, смысловой континуум, который воспринимающее сознание порождает (именно активно формирует в виде фрейма или скрипта на базе своих знаний о мире, т.е. пресуппозиций и жизненного опыта в целом) как итоговый смысл дискурса. Вполне понятно, что это содержание может зависеть от жизненного опыта адресата в дискурсивной практике (используем это выражение как укрупнение классического понятия «речевой акт», которое, как нам представляется, соответствует высказыванию как составляющему элементу дискурса).

Фактически, если взять иконический знак в виде текста как локутивный элемент и добавить к нему, т.е. сопроводить его описанием того, как он был понят (например, текст художественного произведения и текст его критики), то мы получим дискурс как некую сумму понятой адресатом информации, приблизительно равную смыслу, задуманному адресантом интеракции. Этот элемент можно представить как иллюкуцию, т.е. дискурс как иллюкутивный объект информационной интеракции. На основании понятого текста как иконического знака дискурса могут последовать выводы или реальные действия, что и будет представлять собой перлокутивную компоненту коммуникативной интеракции с участием текста и дискурса.

Однако мы можем встретиться и с текстом в сверхслабой позиции (о понятии сверхслабой позиции см. [10]), т.е. очень трудными для понимания текстами, которые уже не имеют иконического характера, а являются символами дискурса. Так, если мы встречаемся с символическим текстом (стихотворение или символическая проза типа произведений Ф. Кафки, библейская притча или анекдот и т.д.), то мы должны констатировать, что такие тексты являются уже не иконами, а собственно символами некоего дискурсивного содержания, которое обычно никто и никогда не дает в прямом пересказе (что будет звучать нелепо, как, например, объяснение анекдота), но все читатели распознают и понимают смысл аллегории или аллюзии по-своему, но чаще достаточно одинаково в основных аспектах смысла. Такой смысл дискурса как понимаемый объем информации, не высказанной прямо, но передаваемой намеками и сложным символьным семиозисом, образует сложную «иллюкутему», перлокутивная суть которой недостаточно явно выражена, – она вообще может быть сведена к идее «принять адресату к сведению» на будущее, но от

этого не перестает быть собственно «перлокуемой». С сожалением следует констатировать, что не всегда общество правильно понимает смысл послания того или иного художника слова, переданного символическим текстом, например, мы склонны считать, что в «Медном всаднике» А.С. Пушкин описал декабристское восстание 1825 г., а не просто наводнение как природное явление 1824 г. [11]

Таким образом, коннотативные, относительные, релятивные тексты (религиозные или художественные тексты как символические знаки определенных информационных единств, сложившихся в сознании автора – адресанта коммуникативной интеракции) понимаются читателями (адресатами) достаточно индивидуально и не всегда так, как имел в виду автор текста и дискурса, что может быть вполне оправданно самим характером художественного творчества, связанного с игрой фантазии мастера слова и желанием породить многосмысленные тексты/дискурсы.

Таким образом, подход, относящийся к онтологии текста и дискурса, связан со стрелой времени, к которой дискурс привязан: дискурс развивается в режиме реального времени («стрела времени» – это красивая философская метафора, являющаяся в то же самое время и термином).

Сам характер времени в дискурсе и тексте серьезно различен по своей сути, и это представляет собой серьезную лингвофилософскую проблему. Само собой разумеется, что относительное текстовое время присутствует в самом тексте, о чем говорила Г.А. Золотова, разработавшая и введшая в науку типологию внутритекстового времени [7]. Таким образом, в тексте есть свое время, потому что в нем есть свое пространство и вообще свой мир, который может корреспондировать с реальным миром и быть похожим на него, а может и отличаться от него. Из этого следует, что текстовое время прямо и непосредственно не связано со стрелой реально текущего времени. Более того, подчеркнем, что текстовое время никогда не может совпасть с реальным временем (стрелой времени) в философском и физическом смыслах слова.

Совпадение времени сказывания и реального события наблюдается только при употреблении перформативных глаголов. Если мы возьмем события, происходящие на наших глазах в настоящем, подобно футбольному матчу, и будем их комментировать, нам придется использовать все глаголы как квазиперформативы (герой встает с кресла, направляется...), при этом будут использованы глаголы «настоящего исторического времени», которые описывают происходящее на глазах очевидца действие, при этом сказанное как бы совпадет с моментом реального времени и реальным действием в нем, в результате возникнет иллюзия, что мы поймали стрелу реального времени в момент производства высказывания. Но если взять реально текущее время, то физически мы столкнемся с такой ситуацией: пока говорящий проговаривает квазиперформативный глагол, слушающий для его восприятия, рас-

218 | познавания и понимания должен истратить какое-то время, поэтому стрела времени уже улетит, когда акт коммуникации состоится. В этом случае вполне уместно будет говорить о принципиальном несовпадении времени сказывания и реального времени: в таком случае Ахиллес действительно никогда не догонит черепаху, и мы подобным рассуждением породим еще одну апорию: слушающий никогда не поймет говорящего, потому что, пока он понимает уже сказанное, говорящий добавляет к сказанному новые слова. Понятно, что эта апория легко опровергается, если мы введем в рассуждение понятие паузы, иконизации и символизации в потоке наррации. Иллюзия совпадения с реальным временем того времени, которое скрыто в квазиперформативном глаголе, действительно возникает потому, что в процессе коммуникации возникают скрипты монтажа, по С. Эйзенштейну. Т. е. в сознании адресата возникает некое подобие художественного фильма, созданного по принципам монтажа, и на этой основе возникает понимание смысла сложных текстов и дискурсов художественного плана.

В этой связи будет уместным напомнить разделение времени онтологического и физического, проведенное А. Бергсоном. Весьма позитивной для анализа художественного дискурса является также концепция субъективно-психологического времени, разработанная С.А. Аскольдовым [1]. Ее суть сводится к утверждению, что время представляет собой другое имя изменения и имеет прошлое, настоящее и будущее только в том случае, если регистрируется сознанием.

Мы глубоко убеждены, что следует разделять сам процесс чтения текста и его понимания как дискурса, в результате понимания и сопредставления описываемых событий мы попадаем в иной мир с другим временем, которому приписываем статус реального времени (хотя это условное соответствие). Когда мы читаем роман, к жизни относится сам факт чтения в данную минуту данного романа или иного текста. То время, которое содержится внутри самого романа, никогда не может быть равным реальному физическому времени, потому что художественное время – это виртуальное время в виртуальном мире. Мы никогда не можем взять в руки роман, описывающий непосредственно то, что происходит сейчас, в данную минуту – или же этот роман сведется к одной фразе, сказанной во внутренней речи самому себе: *я сейчас читаю роман*. И объяснение этому феномену может быть очень простым: виртуальный мир художественного вымысла и реальный мир событий никогда не совпадают по физическому времени, но условно приравниваются друг к другу в процессе восприятия текста, превращающегося в такой момент в дискурс.

Жизнь человека и языкового сообщества имеет два измерения, или временных модуса: то, что происходит сейчас, в данную минуту, и то, что уже произошло. Однако то, что происходит сейчас, опирается на то, что было заложено в прошлом, – это принципиальное положение философии Канта,

ее непреложный закон временного детерминизма событий, который мы принимаем совершенно безоговорочно.

И дискурс, поскольку он вплетен в жизнь через свою перлокутивную компоненту, является ее частью, т.е. он включен в жизнь и построен с учетом предшествующего времени и его событий. По своей сути дискурс не может не опираться на предшествующий опыт человека и человечества, чтобы быть понятным. Дискурс – это ткань, которая имеет большой предшествующий пласт. И все говорящие или пишущие (плетущие «словеса») в настоящий момент времени опираются на предшествующую ткань дискурса, без которой не будет понятен смысл дискурсивной транзакции в данный момент времени. Более того, все говорящие или пишущие не могут создать ничего такого, чего бы не содержалось в виде потенциальной возможности в предшествующей ткани дискурса: сказать или написать можно только то, что уже как бы существует в потенции, что задано изначально траекторией построения дискурса. В этом смысле можно понять загадочную фразу Мартина Хайдеггера о том, что язык думает за нас (см. его книгу «Бытие и время»).

Этот характерный закон развертывания ткани событий, связанный со временем, обнаружил И. Кант, который в «Критике чистого разума» писал: «Есть необходимый закон нашей чувственности и, следовательно, формальное условие всех восприятий состоит в том, что предыдущим временем с необходимостью определяется последующее время (так как я не могу прийти до последующего иначе, как через предыдущее), то точно так же и необходимый закон эмпирического представления временного ряда состоит в том, что явления прошедшего времени определяют всякое существование в последующем времени... Правило, определяющее временную последовательность явлений, таково: в том, что предшествует, должно находиться условие, за которым событие всегда (т.е. необходимо) следует» [8, с. 245–246]. Этот закон Кант назвал законом достаточного основания (о подобном законе говорил также Лейбниц).

Текст же в своем сюжете не отличается такой однонаправленной линейностью времени, т.е. он не привязан жестко к стреле времени: мы способны переставлять события в тексте, разворачивать их в обратном направлении по принципу монтажа, начать их описание с конца к началу и т.д. Совсем не так относится ко времени дискурс: подчеркнем еще раз, что дискурс, как и сама жизнь, во времени однонаправлен из прошлого через настоящее в будущее и развивается по закону достаточного основания Канта, т.е. реализует в настоящем то, что было заложено в прошлом, с одной стороны, и закладывает в настоящем ростки тех событий, которые дадут всходы в будущем, с другой стороны.

Дискурс существует от начала коммуникативной деятельности человека, и поэтому он объективен, однако его объективность иная, чем объективность

220 конкретного предмета. Субъект не может выйти за рамки национального комплексного дискурса, не освоив новый для себя язык и культуру. Другими словами, выйти за рамки национального мегадискурса мы можем лишь в том случае, если перейдем в другой национальный мегадискурс, плетущийся при помощи другого национального языка и образующий другую национальную дискурсивную культуру. В этом смысле следует понимать известное положение В. фон Гумбольдта о том, что язык опоясывает вокруг человека круг, за рамки которого невозможно выйти, если не перейти в круг другого языка.

Ткань дискурса сплетена к настоящему моменту настолько, насколько это удалось языковому сообществу, однако это не значит, что ткань дискурса завершена. Она имеет потенциальную проекцию, которая объективна как реальность будущего дискурса. Именно поэтому ни ученый, ни простой обыватель, считают А. Веселовский, Р. Барт, Ю. Кристева и др., как бы ничего не открывают нового, формулируя мысли, поскольку эта мысль уже имела в потенции дискурса, будучи заданной траекторией предшествующего развития. В таком контексте можно понять и самую загадочную в теории языка фразу И. Лео Вайсгербера о том, что «язык думает за нас» [2]. Конкретизировать это можно в таком положении: мы не открываем новое, мы открываем то, что потенциально заложено в логике системы (ср. теорию понимания как воспоминания).

Дискурс – это процесс, т.е. сама жизнь, состоящая из дискретных событий, требующих языкового оформления. Он имеет начало в темной глубине тысячелетий, когда возник язык и языковая форма коммуникации, развивается до настоящего времени и будет продолжаться в будущем. Текст же – это синтагматически построенное по законам когезии и когерентности речемыслительное произведение, оформленное по законам жанра, представляющее собой перформативный, иконический или символический знак дискурса (или же бесформенный знаковый осколок, если это постмодернистский литературный текст, не имеющий начала или конца). Текст может быть подготовленным или иметь спонтанный характер, однако и неподготовленные участки текста являются знаками определенного дискурса – их вполне уместно назвать спонтанными текстами и дискурсами (неинституционального типа).

Дискурсема

В этой связи возникает понимание того, что в дискурсологию необходимо ввести понятие дискурсема, которая может пониматься как нечто общее, имеющееся в ряде однотипных дискурсов. Еще точнее можно сказать, что дискурсема представляет собой некую скелетную схему, которая лежит в основе того или иного типа дискурсов, подобно шведовской структурной схеме предложения, лежащей в основе предложений русского языка. Рассмотрим в качестве примера ряд дискурсов одной предметной семантики, например, воспринимаемые в реальном времени читателем объявления

о продаже квартиры (такие объявления помещены, например, на порталах в Интернете). Мы можем встретить разные варианты рекламного объявления о продаже, в которых будет подробно расписываться местоположение квартиры, ее удобства и прекрасное состояние, могут быть описаны вид из окон и расположение по сторонам света и т.д. Например, рассмотрим такое объявление: «Продается светлая и чистая 2-комнатная квартира, полностью готовая к проживанию. Полностью соответствует фотографиям. 45/27/6. Место прекрасное, все, что нужно для жизни, рядом. Полное сопровождение при покупке, гарантия законности и чистоты сделки, отличные условия по ипотеке, помощь во взаимодействии с опекой, материнским капиталом и т.д. Документы полностью готовы к выходу на сделку. Звоните, уважаемые покупатели и коллеги, договоримся!» Однако из такого рекламно-самодеятельного дискурса всегда можно «выжать» некую дискурсему, т.е. своеобразный инвариант общего смысла, в котором будет присутствовать «скелетная схема» всех дискурсов подобного рода. Суть этой дискурсемы будет сводиться к самой общей информации: количеству квадратных метров квартиры, ее этажу, типу дома (кирпич-панель), местоположению относительно метро (если в городе оно есть), т.е. транспортная доступность. Фактически в ряде рекламных источников информация о продаваемой квартире может быть близкой к дискурсеме, например, такое объявление: *трехкомнатная квартира в Одинцовском районе, село Шараново, дом 24 на 1-м этаже 5-этажного дома. Общая площадь 56,3 кв. м, жилая площадь 44 кв. м. С/У отдельный, есть большая лоджия.* Вполне понятно, что любая дискурсема может быть легко развернута в дискурс той или иной степени полноты (вплоть до очень продолжительного и объемного художественного дискурса и текста).

Предельной по краткости дискурсемой следует признать фразеологизм, который всегда может быть развернут в объемный художественный текст, например, многие пьесы А.Н. Островского представляют собой «информационную развертку» широко известной фразеологической единицы, например, «На всякого мудреца довольно простоты», «Не в свои сани не садись» и т.д. Однако в значительном числе художественных дискурсов такое легкое извлечение дискурсемы из тела дискурса представляется затруднительным, но в той или иной степени возможным. Тем не менее из любого дискурса при его правильном понимании можно извлечь дискурсему (при неправильном понимании тоже, но иную, не ту, которую закладывал автор текста/дискурса как имманентную смысловую структуру при производстве дискурсивной транзакции).

Рассмотрим краткий художественный текст с прозрачной смысловой структурой – стихотворение И.С. Тургенева в прозе: «Я получил письмо от бывшего университетского товарища, богатого помещика, аристократа. Он звал меня к себе в имение... Я застал его в одной из аллей его обширного

222 парка. Закутанный в шубе – а дело было летом, – чахлый, скрюченный, с зелеными зонтами над глазами, он сидел в небольшой колясочке, которую сзади толкали два лакея в богатых либреях... – Приветствую вас, – промолвил он могильным голосом, – на моей наследственной земле, под сенью моих вековых деревьев! Над его головою шатром раскинулся могучий тысячелетний дуб. И я подумал: «О тысячелетний исполин, слышишь? Подумертвый червяк, ползающий у корней твоих, называет тебя своим деревом!..» (Мои деревья)

В сущности, при чтении данного текста возникает акт восприятия дискурса, при условии понимания произведения, т.е. извлечения из него смысловой дискурсеми. Думается, что эта задача выполнима, и скелетная схема дискурсеми возникает у каждого, кто правильно понимает этот текст, точнее, послание, которое автор сформулировал в этом тексте для читателя. Так, больной человек на пороге могилы думает о своем богатстве как о ценности, забыв о народной мудрости, что не утащишь богатство с собой в могилу, что в таком положении актуальны иные ценности (подумай о душе, говорят в народе). Такая дискурсема типизирована и повторяется в ряде других художественных текстов и образов (Гобсек, Скупой рыцарь, Плюшкин и т.д.).

Можно предположить, что существует и архидискурсема, которая в значительной степени обобщает дискурсеми первого порядка, в результате возникает единица дискурсологии, подобная «бродячему сюжету» (основоположником такой теории является Т. Бенфей, переводчик и критик «Панчатантры»), при этом во всей мировой литературе насчитывается ограниченное количество сюжетных мотивов для всех родов литературы [5] и др. работы.

Литература

1. Аскольдов С.А. Время и его преодоление // Мысль. 1922. № 3. С. 80–83.
2. Вайсгербер Й.Л. Родной язык и формирование духа / Пер. с нем. // Й. Лео Вайсгербер. Ульяновск: Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова (филиал в Ульяновске), 1993. 232 с.
3. Валгина Н.С. Теория текста / Н.С. Валгина. М.: Логос, 2003. 280 с.
4. Грачев М.А. Русское аргю: Монография. Нижний Новгород: НГЛУ, 1997. 245 с.
5. Веселовский А.Н. Историческая поэтика. М.: Высшая школа, 1989. 648 с.
6. Земская Ю.Н., Качесова И.Ю., Комиссарова Л.М., Панченко Н.В., Чувакин А.А. Теория текста: Учебное пособие. М.: Флинта, 2010. 132 с.
7. Золотова Г.А. Коммуникативная грамматика русского языка / Г.А. Золотова, Н.К. Онипенко, М.Ю. Сидорова. М.: Изд-во МГУ, 1998. 528 с.
8. Кант И. Критика чистого разума / И. Кант. Ростов н/Д: Феникс, 1999. 464 с.

9. Карасик В.И. Структура институционального дискурса / В.И. Карасик // Проблемы речевой коммуникации: Сб. науч. трудов. Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2000. С. 25–33.
10. Киров Е.Ф. Теоретические проблемы моделирования языка // Казань: Изд-во Казанского университета, 1989. 265 с.
11. Киров Е.Ф. Дискурсема и мегаэпитет // Казанская наука Казанский издательский дом. Вып. 3. 2019. С. 93–95.
12. Киров Е.Ф. Текст и дискурс в семиотическом соотношении // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2018. Т. 17, № 2. С. 15–25. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.2>. 2ScienceJournalofVolSU. Linguistics. 2018. Vol. 17. No. 2.
13. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 277 с.
14. Лингвистический энциклопедический словарь (ЛЭС). М.: Советская энциклопедия, 1990. 688 с.

Информативная ценность лингвистических единиц в новых формах общественно-речевой практики

Изменение стиля современной культуры, накопление информации в обществе и развитие новых, в том числе цифровых форм ее представления обуславливают объективность изменений в функционировании языковых и речевых единиц.

Информационная среда и ее воздействие на сознание адресатов, потребляющих многочисленные текстовые сообщения, живущих в контексте всеобщей диалогичности, находящихся под влиянием отголосков чужих высказываний (по М.М. Бахтину) – популярный предмет исследования в разных отраслях науки. Очевидно, что изменения в системе речевых предпочтений [29], языковой моды [38], ценностных приоритетов [40: 161–163; 50], эмоциональных векторов [57] современной коммуникации, экологии речевого общения [44] могут служить показателем тенденций в развитии современного русского языка и языкового сознания человека XXI в.

Уже в работах ученых начала и середины XX в. (Л. Витгенштейна, В. фон Гумбольдта, Э. Сэпира, И.А. Бодуэна де Куртенэ, А.А. Реформатского, А.А. Потебни, Л.В. Щербы и др.) отмечалось, что языковые/речевые привычки являются бессознательными маркерами (индикаторами) личности или некой части языкового коллектива. В монографиях современных ученых данный тезис находит все большее подтверждение: в них идет речь о процессах, происходящих в современном русском языке, систематизируются лингвистические явления, претендующие на статус новых единиц и системных средств языка [42; 50] или имеющие характер временных форм, маркирующих явления речевой моды, предпочтения общностей людей, объединенных социальными, возрастными, половыми признаками, социокультурными особенностями речевого поведения [29].

В этом контексте представляется важным описание лингвистических единиц и их сочетаний повышенной информативной ценности, которые чаще всего функционируют в актуальных сферах общественно-речевой практики. В данном разделе рассматриваются лингвистические единицы и особенности их использования в сферах *разговорного общения, современных СМИ, художественной литературы и интернет-коммуникации*.

Понятие информативной ценности лингвистических единиц

В системе естественного языка информативность традиционно рассматривается как свойство семантики и формы языковых единиц. В работе И.Р. Галь-

перина информативность языковых единиц рассматривается в качестве меры их содержания в конкретной реализации [7: 8]. Рассматривая это понятие с иных позиций, С.Д. Кацнельсон под информативностью понимает «тот минимум наиболее общих и в то же время наиболее характерных отличительных признаков... которые необходимы для выделения и распознавания предмета», «в них подытоживается главное из того, что нужно знать о предмете» [19: 20]. В лингвоэкологии понятие информативности включает в себя также количество «сенсорной и эмоциональной информации, получаемой человеком, пребывающим в той или иной точке, а также для оценки некой субъективной величины, зависящей от опыта самого человека» [44: 57]. Таким образом, информативный ландшафт значительно увеличивается за счет включения в него сведений субъективного знания, становящегося всеобщим для носителей языка.

Учет прагматических характеристик лингвистических единиц при их изучении в современной лингвистике предполагает включение в понятие информативности свойств лингвистических единиц, которые определяют их коммуникативную значимость и новые значения, образующиеся в результате динамики узуса, выражаемые в ней функционально обусловленные свойства предмета, особенности видения его носителями языка. В связи с этим информативным представляется то, что передано другому и не является более достоянием одного человека [33: 43].

Таким образом, свойство информативности как количества сведений, насыщенных содержанием, плотность информации в единицу времени включает количество рациональной и сенсорной информации и предполагает такие ее качества, как частотность употребления, плотность информации в единицу времени, количество сведений, насыщенных содержанием, количество нового знания [37; 49; 55]. Наличие отдельных признаков при характеристике использования языковых единиц в успешных актах речевой практики определяет их информативную ценность; наличие нескольких признаков определяет высокую степень их информативности.

Понятие информативной ценности характеризует не только единицы языка, но и их узуальные варианты, а также речевые единицы. Предложенное Ю.Н. Карауловым еще 40 лет назад понятие прецедентного высказывания в числе критериев включало свойства воспроизводимости – частотного употребления той или иной единицы в речевой практике носителей языка, регулярности использования лингвистических единиц в речи [18]. В связи с этим можно говорить о том, что совокупности прецедентных высказываний образуют своеобразный активный фонд речевых единиц [27], которые, являясь информационно насыщенными, выступают индикаторами национально-культурных и социокультурных особенностей дискурсов определенного периода времени.

Так, по данным ежегодных интернет-мониторингов «Слова года» и «Неологизм года», публикуемым на сайте Центра творческого развития русского

226 | языка [34], выявляются самые емкие и яркие слова, отображающие новизну, своеобразие, исторический смысл текущего времени [48]. В 2017 году наибольшую активность имели такие лексические новообразования, как *реновация, биткойн, хайп, токсичный, баттл, допинг, криптовалюта, фейк, безвиз и домогательство (харассмент)*, в 2018 году – *токсичный, пенсия / пенсионер, ЧВК Вагнер, харассмент, автокефалия (украинской церкви), ихтамнеты, мундиаль, санкции, репосты, цифровизация, вирусный, зашквар, телененавидение, блокировка, стабилизец* [2].

На сайте Оксфордского словаря словом 2018 года стало *toxic* – токсичный, ядовитый, отравленный, которое уже обрело множественные синтагматические и парадигматические связи, новую прагматику [17]. Частотными в этот период были также прилагательное *пенсионный*, существительные *новичок, мундиаль* [2]. Англоязычное выражение *highly likely* (от англ. крайне вероятно) стало употребляться в политическом, экономическом, медийном, юридическом дискурсах для характеристики ситуаций, не связанных с известными событиями в Солсбери и расширило семантику за счет обозначения всего, что для говорящего, без сомнения, произошло, но доказательств этому нет.

Единицы, отбираемые ежегодно по критериям семантической нагруженности и коммуникативной ценности, характеризуют актуальные предметы, явления и ситуации нашей жизни (*Болотная, ЧВК Вагнер, Солсбермудский треугольник, попиариться на горе, церковный раскол; «Зимняя вишня»* и др.) и одновременно позволяют определить предпочитаемые сегодня способы закрепления данного содержания, продемонстрировать доминирующие тенденции в лексике, словообразовании, грамматике, направленные на сохранение всей полноты передаваемого содержания: *Криптовалюта; крымнаш; ихтамнеты; безвиз* и др. Они демонстрируют изменения в градации семантических признаков, отражающих актуализируемые свойства предметов означивания [2; 47; 54], и предпочтительность одних единиц относительно других.

Исследование дискурсивных номенов и креатем СМИ, начатое 10 лет назад В.И. Шаховским, предполагает возможность сохранения не только фактуальной информации, но и эмоционального отношения к ней со стороны современников, фиксацию особенностей выражения знаний о ценностях нашего времени. Предполагается, что ценностное пространство жизни человека формируется посредством эмоционального отношения к событиям и фактам, и дискурсивные номены и креатемы, фиксирующие наиболее эмоционально «горячие» точки нашей повседневной жизни, становятся культурно-историческими вехами, по которым будущие поколения будут судить о нашем времени [51]. Ведение своеобразной летописи социокультурных ценностей в их временной динамике позволяет сохранить знания об экспрессии языка и характере изложения материала в определенные периоды истории.

Несмотря на то что понятие информации и информационных систем сегодня чаще всего выносятся за пределы наук о языке и о человеке, пред-

ставления об информационной ценности лингвистических единиц составляют основу многих компетенций, которыми должен обладать современный человек. В учебном пособии нового типа под редакцией А.П. Сковородникова выделен круг базовых знаний и умений как ступеней к становлению полнофункциональной речевой культуры современного носителя языка, в число которых входят не только общелингвистические компетенции, но и коммуникативно-речевые (нормативно-прагматическая, информационная, тактико-стратегическая, жанрово-стилистическая, логико-аргументативная, эвристическая, контрманипулятивная, ораторологическая экспрессиологическая, перцептивно-рефлексивная, конфликтологическая, эраторологическая), а также этико-речевая компетенция (нормативно-ценностная, этико-речевая, эраторологическая) [41].

Указанные аспекты работы с информацией сегодня принято рассматривать в дискурсивном аспекте. Именно в дискурсе появляются условия для реализации единиц и определения их ценности для социальных коммуникаций.

Интердискурсивное выравнивание и векторы снижения информационной ценности языковых единиц

Известно, что любая языковая система живет и изменяется под влиянием узуса, который за последние десятилетия существенно трансформировался. Современная коммуникация имеет явную тенденцию к размыванию стилевых, жанровых и дискурсивных границ, образованию всеобщего поля смыслов [3; 21; 22; 35; 45; 63]. Интердискурсивный характер коммуникации [11; 15; 22; 56] определяет возможность пересечения в одном ее пространстве функционально адаптированных единиц, способствующих информационным обменам, эффективному изложению специального содержания в общедоступной форме (например, передача содержания научного, юридического текста в периодической печати, публичных дебатах, привнесение элементов политической борьбы, рекламы в иные дискурсивные сферы и др.). В связи с этим интердискурсивные переносы лингвистических черт одной речевой сферы в другую являются закономерными.

Современный узус русского языка поддерживает следующие особенности вербальной коммуникации: медийный дискурс закрепил за собой статус четвертой власти, выразителя общественного мнения; интернет-коммуникация составила серьезную альтернативу реальному общению; широкое межкультурное взаимодействие обусловило высокую степень взаимовлияния языков и взаимопроникновения языковых систем разного строя; снижение стилевого регистра общения и влияние разговорных норм на все виды общения определило заметные изменения речевых норм в области литературного языка; информационные технологии обуславливают появление новых способов обработки и выражения информации, этикетных норм общения, которые постепенно переносятся в практику реальной коммуникации [3; 10; 14; 16; 24; 35; 38; 42; 53].

Так, по мнению О.Б. Сиротининой, естественная потребность в номинации новых явлений и профессий, необходимость заполнения «лакун» продолжает процесс закрепления в русскоязычных дискурсах лексем, заимствованных из специальных сфер: *омбудсмен* – ‘официальный профессиональный правозащитник’; *провайдер* – ‘организация, фирма, профессионально осуществляющие пользователям доступ к Интернету и другим электронным средствам; *шопер* – ‘тот, кто помогает покупателям ориентироваться в лабиринтах супермаркетов и в изобилии товаров’ и др. – наряду с уже освоенными: *маркетолог* – ‘специалист в области рыночных отношений’; *брокер* – ‘профессиональный посредник между покупателем и продавцом в игре на бирже’; *дилер* – ‘человек, самостоятельно осуществляющий на бирже покупки/продажи своих акций’ [43: 17].

Современный русский язык продолжает впитывать в себя инновации электронной коммуникации и информационных технологий. Электронная коммуникация – это особое явление, «промежуточный тип коммуникации, который в каком-то смысле является письменным (визуальным), а в каком-то – устным» [28: 9], в связи с чем в научный обиход вошло понятие дисплейных текстов [24].

Электронная коммуникация происходит, когда человек взаимодействует с другим посредством передачи сообщений через компьютеры, соединенные в сеть [10; 14; 61; 69]. Закономерным в связи с этим является обогащение семантики языковых единиц лексико-семантическими вариантами, заимствованными из тематической области информационных технологий. См., например: *ОБЛАКО* – ‘интернет-сервис, на котором можно хранить данные и управлять ими в Интернете’. Интернет-вторжения активно изучаются специалистами и перенимаются пользователями компьютеров. Сегодня их распространение на иные сферы человеческой коммуникации не рассматривается исключительно как вандализм, разрушение, вред, «порча» языка, а понимается как отражение интердискурсивных процессов.

Освоение ресурсов разных дискурсивных сфер и возможность их взаимопереносов в определенной мере определяют процесс снижения внимания к семантике и функциональной специфике единиц языка и речи, их некритического, неточного, а иногда и неуместного использования. Выбор средств для передачи (воспроизведения) специального содержания в новой коммуникативной ситуации является прагматическим фактором, без которого невозможно успешное взаимодействие людей. Однако именно данный фактор в медиакommunikации часто оказывается незначимым.

Значительную роль в усилении этих процессов, по мнению исследователей, играет стремительная медиатизация практически всех сфер общественной жизни: «Рост цифрового потребления информации, социальных сетей, веб-ресурсов, цифровых СМИ значительно расширяет доступ к распространению

новых источников информации, оказывает влияние на принятие решений как в правовой, так и в политической, социальной, экономической и других сферах» [1: 5; 68]. Так, исследования ученых показали, что «представление в массмедиа гражданского судопроизводства систематически искажает реальную картину и формирует негативное восприятие судебных разбирательств гражданских дел и вынесенных по ним решений» [12: 157; 67: 1–23]. Потребность в междискурсивной адаптации специальных текстов, обусловленная медиатизацией современного коммуникативного пространства, влечет за собой снижение точности в употреблении терминологической и специальной лексики профессиональных сфер.

Использование специальных понятий в нетерминологическом значении в качестве оценочного средства – явление, распространенное в современных дискурсах. Не случайно речевые высказывания с употреблением подобных лексем оказываются в центре речевых конфликтов:

Вы ваххабиты, поэтому вы не хотите идти на нормальный разговор и менять свой испорченный товар, да все вы... ваххабиты (в адрес продавцов-кавказцев); *Кургинян: Ну, вы нацист. <...> Ну потому что такой принцип определения всего народа как абсолютного знака минус – это чисто нацистский принцип* (телепередача «Поединок», 01.06.2017); *В рамках передачи он <Сытин> позволил себе экстремистские высказывания в адрес русского народа, призывал к геноциду русской нации, унижал человеческое достоинство русского народа, извращал исторические факты* (из жалобы в правоохранительные органы Антоненко Н.И.).

В этом контексте, по нашему мнению, можно трактовать и такие участвовавшие явления, как использование приема навешивания ярлыков и обозначения предмета речи лексемами с устоявшейся негативной коннотацией и интенсивной семантикой: *фашизм, геноцид, террор, война, антисемитизм, шовинизм, репрессия, экстремизм, враг, тоталитарный, сектанты, «пятая колонна», фашист, национал-предатели, Гейрона, Пиндостан, укропы, ватники* и др. Указанная черта коммуникативного поведения россиян, которая наиболее отчетливо проявилась в последние годы, может быть обозначена как безответственная номинация. Она наиболее характерна для пропагандистских баталий и информационных войн, однако нередко сегодня переходит в повседневное общение, массовую и межличностную коммуникацию. Речевое явление безответственной номинации актуализируется при оценке общественных явлений и поведения людей, при выражении отношения говорящего к предмету речи: *Это фашизм. Это православный фашизм называется. <...> Для противников строительства уже приготовлены ярлыки сектантов, неоязычников и прочей «пятой колонны». Наталья и ее соседи уже ощутили на себе методы сторонников строительства храма* (телеканал «Дождь», 16.10.2018).

Другим направлением интердискурсивного выравнивания следует считать дальнейшее развитие и расширение сферы применения техник интернет-общения. Благодаря инструментарию интернет-общения в формате Веб 2.0 сегодня каждый пользователь имеет возможность не только читать, но и вступать в диалог, быть «творцом, а не пассивным потребителем информации [10: 556]. В результате этого книжный стиль перестал доминировать в интернет-текстах, а разговорный стиль получил полную легализацию в письменной коммуникации. В компьютерном дискурсе эти различающиеся реализации языка называют разными средами, где среда устной коммуникации рассматривается как более богатая на «каналы», или «коды», передачи информации [46; 69], т.е. имеет множество способов указания на то, как говорит или действует коммуникант в момент речи. Функцией такой формы общения становится не только сообщение (передача смысла высказываний), но также метасообщение – указание на намерения, цели пишущего, условия и контекст сообщения, разную степень самостоятельности или коллективности сообщения (возможность говорить вместе с другими), возможность прерывания автора, кооперативности и соблюдения правил вежливости [10; 69]. Электронная коммуникация предоставляет дополнительные возможности для выражения основных и дополнительных смыслов высказывания, стилистических особенностей речи, ее организации, модальности, выражения позиции автора. Для этого используются метакоммуникативные маркеры как однословные или многословные, а также визуализированные знаки особого рода, предназначенные для восполнения недостающей информации в электронной переписке. Визуализированный тип знаков все более активно применяется не только в креолизованных продуктах речевой деятельности, но и в вербальной переписке, для чего современные средства связи оснащаются техническими возможностями для их применения в переписке, текстах и комментариях к ним [14; 24; 61; 65; 69].

Интерактивные формы компьютерного общения изменяют речевые и этикетные нормы, формируют новые правила вежливости, отвечающие актуальным условиям коммуникации, но не являющиеся характерными для традиционного общения. Так, на страницах русскоязычных форумов общей направленности и новостных сайтов сегодня находят закрепление новые этикетные формы общения: а) распространение обращений, адресованных неопределенным сообществам и совокупностям людей, не сопровождаемых этикетными маркерами (*люди, народ, товарищи, все, юристы, рыбаки, девушки, родители первоклашек*); б) использование особых типов номинаций лица, к которым относятся никнейм (сетевое имя пользователя Интернет): *Lastochka, а какая у вас температура в квартире?; Привет, реней!; А Вы, Царь, давно с живыми людьми общались?*; в) распространение примеров оценочных именованных, свойственных устной речи: *Спасибо тебе, добрый человек, за поддержку; Расскажи нам правду, умник!; Ничего не поняли из твоей новости, грамотей;*

Ты даже этими словами убиваешь, террорист!; г) распространение стиля ТЫ-общения: *Спасибо тебе, Nova34!; А ты, Тимофеев Николай, мог бы и поактивнее отстаивать свой лозунг; Тебе, любитель крупного шрифта, места на сайте не жалко.* Примечательно, что критерием выбора формы ТЫ-общения является не фактор возраста и социального статуса, а фактор ситуативного статуса лица: пользователь с никнеймом Путешественник, которому 22 года, может обращаться к 52-летнему собеседнику: *Вова, а эти моменты действительно ценятся?* Школьник, несколько лет занимающийся дрессировкой собак, советует начинающему собаководу-пенсионеру: *Звонарев, тебе нужно братья за мелкие породы, а то может характера не хватить* [60].

Очевидны и изменения когнитивных процессов, связанных с восприятием, обработкой текстовой информации [6], формируются и культивируются новые способы ее вербального и невербального выражения. Используя механизмы компьютерного общения, мы, по сути, оперируем более простым механизмом – узнавания информации и ее тиражирования, или текстового воспроизведения. При узнавании достаточно отнести данный объект к определенной категории, известной читателю. В данном случае умения перерабатывать информацию и формулировать новое знание в виде вербальных сообщений, которые в докомпьютерную эру имели самоценность, сегодня переходят в ранг технических приемов, перестают быть актуальным знанием. Вместе с ними утрачиваются необходимость и важность своевременного переключения регистров, изменения стиля и языка общения. Формируемые интернет-тексты часто несут в себе черты различных, компилируемых текстов, в которых размывается стилевая и дискурсивная дифференциация языка сообщения.

Таким образом, с одной стороны, обогащение русского языка иноязычной лексикой, терминопонятиями специальных областей знания, существенно пополняющих понятийный и словарный состав современных носителей языка, а с другой стороны, снижение регистра общения, закрепляемое в письменной коммуникации, разрушение границ текстов и стилевых норм способствует дискурсивному выравниванию языка общения, формированию усредненного стиля, в котором информативная ценность единиц не повышается, а снижается за счет неточности реализации их семантики, привнесения упрощенного и некритичного отношения к их номинативной функции. Все это в полной мере отвечает ценностям современной жизни, в соответствии с которыми более информированным становится не тот, кто больше знает, а тот, кто участвует в большем числе коммуникаций [14: 10–11].

Актуализация содержания и векторы повышения информационной ценности языковых единиц

Признаком актуальности, по словам И.Р. Гальперина, является использование единиц в новых функциональных условиях: «Необычные сочетания всегда деавтоматизируют языковой код. Внимание немедленно переключается

232 | на значение единиц кода, будь то слова, морфемы или предложения. <...> Выработанный автоматизм соединения единиц кода заставляет подвергнуть значение одного из компонентов переосмыслению для того, чтобы сохранить структурное соотношение единиц кода» [8: 61; 13].

Актуальность как признак информативности единиц языка определяется в лингвистике посредством установления регулярности и частотности их употребления. В современных дискурсах актуальными признаются такие лингвистические единицы, которые востребованы в новых формах общественно-речевой практики, т.к. в максимальной степени пригодны для выражения значимой для информации. Следует согласиться с мнением зарубежных ученых, которые в своих исследованиях показали, что вербализованные знания сегодня кодируются и транслируются по единым законам продвижения информации [65: 85–90]. Под продвижением (от англ. *promotion* – двигаться вперед, продвигаться вперед, повышаться в положении [32] <http://vocable.ru/dictionary/1126/word/prodvizhenie> понимается комплекс действий, направленных на увеличение доли товара, услуги, компании или бренда, занимаемой ими на рынке; увеличение их узнаваемости; привлечение новых клиентов [65: 90–101]. Для продвижения какой-либо информации, идеи применяются разнообразные способы ее актуализации, т.е. выведения ее в ранг привлекающей внимание, известной, а затем широко распространенной и, возможно, принимаемой большей частью адресатов.

Известно, что при подведении итогов проектов «Слово года», проводимых в разных странах, выбираются такие единицы, которые отображает новизну, своеобразие, исторический смысл текущего времени. При этом отмечается, что в первую очередь это то, что бросается в глаза, отличается частностью и узнаваемостью: «Не только в России, но и в Америке и Японии в таких конкурсах, как правило, на первом месте оказываются слова либо политические, либо технические. Скажем, в Японии в этом году победили иероглифы, означающие смену власти, правительства, которая недавно произошла в Японии. Естественно, что политика и техника – это области наиболее быстротечные и широко отражаемые в прессе. Так что я бы не сказал, что это свидетельствует об особой политической активности и сознательности современных российских масс. Это то, что бросается в глаза как явление своевременное, злободневное» [2].

Упомянутые выше исследования В.И. Шаховского демонстрируют, что к единицам повышенной информативности (номенам и креатемам) в современных дискурсах следует относить слова и выражения, отражающие актуальные явления нашей жизни, выраженные в форме, усиливающей экспрессию языка, направленные на актуализацию эмоциональных смыслов употребляемых единиц: «Многие из креатемы современных СМИ усиливают впечатление от давно существующего в лингвистике утверждения о том, что форма –

значама» [51: 180]. Номены социально значимых событий (прецедентных феноменов), будучи их знаками, выступают в качестве их представителя, где форма и есть значение номена, а сам номен по смыслу является событием: *Курск, Норд-Ост, Беслан* и т. п.) [51; 54]. Наиболее явно это проявляется в языковой игре с формой языковых единиц, способствующей закреплению в них добавочных эмоциональных элементов семантики.

Актуализация в этом понимании трактуется в том числе как «осовременивание» формы привычных единиц: «Возникает особая необходимость сегодняшней журналистики в «осовременивании» кодифицированных форм, в совершенствовании точности номинаций в текстах новостей» [51: 189–190]. Как показывает ученый, эмоционально и образно осваивая привычные единицы языка, его носители «присваивают» стоящее за ним содержание, делая его актуальным для обозначения реалий сегодняшнего дня (см., например, выражение *дорожная карта* в значении ‘план действий’ в политическом дискурсе). Не случайно новые трактовки семантики, все множасьщиеся примеры ложной этимологизации слов часто приводят к дискуссиям относительно правильности понимания этих единиц, оценке их с точки зрения нормативности, уместности, долговечности существования.

В парадигме информативного обновления современного русского языка возможно рассматривать тенденцию к лексической вариативности, в которой наиболее актуальными элементами становятся англицизмы: «Сегодня английские часто сменяют вполне привычные, давно заимствованные французские или немецкие слова. *Инструктаж стал брифингом, экран – дисплеем, (...) реклама – паблисити, спектакль – шоу, бутерброд – сэндвичем, шлагер – хитом, лозунг – слоганом, идеология – пиаром, опытный – пилотным, план – проектом* и т. п. Смена фирменных знаков (*лейблов*) для известной части общества становится признаком уважения (*престижа*) и авторитетной нормой (*стандартом*). Навязчивость средств информации в этом процессе просто агрессивна, но вряд ли достигнет успеха» [21: 200].

Стремление к выделению важных смыслов, повышению информационной ценности единиц обуславливает формирование в современных речевых практиках специальных приемов актуализации информации. По нашим наблюдениям, к их числу следует отнести специальные речевые приемы, которые маркируются специальными знаками, сигнализирующими о смысловой значимости высказывания или выделении авторских оценок:

– акцентирование позитивных смыслов (маркер «в хорошем смысле»), в том числе при обозначении негативных ценностей: «*Виталий Африка – Записки террориста (в хорошем смысле слова)*» (М.: Черная сотня, 2015); *Красная угроза «в хорошем смысле слова»* (gazeta.ru, 13.11.2013); *Средний класс в хорошем смысле слова безыдеен* (Взгляд: деловая газета, 19.07.2011);

– девальвация позитивных смыслов (маркер «всего лишь» – в значении ‘только’, ‘лишь’, ‘лишь’, ‘не больше чем’ (НСРЯ)) как ограничение очевидной значимости лиц, действий, явлений, ситуаций в глазах адресатов: *Эдвард Сноуден принизил значимость избранного президента США Дональда Трампа и заявил, что он «всего лишь президент», передает агентство Рейтер* (РИА Новости, 21.11.2016); *День Победы 9 мая – не более чем условность. Немало дат уже давно перешли в разряд рядовых дней в году* (Polit.ua, 15.05.2016); *Пусть не очень распространенное, но мнение: Большой театр (ГАБТ) – всего лишь учреждение культуры. Как и в любом офисе, в нем есть свой молчаливый планктон* (Gazeta.ru, 13.11.2013);

– разоблачение несоответствия (маркер «так называемый») как выражение сомнения или переосмысление привычной системы общечеловеческих ценностей, когда «слово, выражение, термин по своему значению не отвечает называемому им предмету, понятию, явлению» (СРЯ): *Беспринципный «борец за светлое будущее» и так называемый «разоблачитель олигархов» блогер Алексей Навальный поставил крест на политических амбициях из-за жадности и судимости* (Politexpert.net, 26.06.2019); *Так называемый политолог с Украины Вадим Трюхан спровоцировал лидера ЛДПР Владимира Жириновского на скандал в эфире ток-шоу «60 минут» телеканала «Россия 1»* (News Front – Новостной Фронт, 30.03.2019);

– утверждение собственной оценки (маркер «на самом деле» в промежуточном значении по отношению к семантике наречий ‘реально’, ‘на самом деле’ и вводной конструкции, аналогичной по смыслу ‘собственно говоря’, в самом деле), в том числе в сочетании с наречиями со значением истинности (истинный, подлинный, по-настоящему, истинно, подлинно): *На самом деле истинная политика должна быть устроена просто, иначе она не будет всеобщей, а значит, нужной и интересной массам* (Varlamov.ru, 15.3.2018); *Возможно, вы и правы, но на самом деле не стоит придавать этим словам большого значения* (Elise.com.ua, 06.08.2018).

При использовании компактных форм речевых клише говорящие достигают значительной информативности высказывания за счет включения в него модального компонента.

В целом механизмы обновления лингвистических единиц, способствующие повышению их информативной ценности, укладываются в привычные представления лингвистов о развитии языковой формы и содержания языковых единиц в новых контекстах их употребления: словообразовательной, лексической, синтаксической, текстовой и интертекстуальной актуализации единиц. В соответствии с указанным содержанием информативная ценность понимается как наиболее значимые, с точки зрения говорящего, сведения о мире, объективируемые особым образом, часто путем обновления формы и содержания лингвистических единиц.

Концептуальная сложность текстовой информации

Вопреки появившимся мнениям о том, что состояние русского языка и речи сегодня все чаще характеризуется при помощи понятий «примитивизация», «компрессия», «клиповость», «разговорность», «унификация», которые призваны продемонстрировать тенденцию к явному упрощению организации языковых единиц и способов речевой коммуникации, наблюдения над языком художественной литературы и публицистики демонстрирует обратное. Как показывает материал художественного дискурса, авторской публицистики, научных эссе, современное состояние русского языка позволяет реализовывать авторам сложные полиинтерпретируемые образы, обогащать ассоциативные отношения, воспринимать неочевидные связи и восстанавливать импликации, повышая степень информативности используемых языковых и речевых единиц.

Исследования образного языка художественной литературы XXI в. показывают, что он демонстрирует тенденцию к расширению изобразительных возможностей, отражению процессуального характера жизни. Так, на примере развития моделей образных сравнений, используемых авторами отечественных литературных текстов XXI в., исследователями установлено, что художественный язык сегодня расширяет пределы своих возможностей. Сопоставление используемых в современной художественной литературе моделей образных сравнений с теми их аналогами, которые использовались в литературе XIX–XX вв. и зафиксированы в качестве устоявшихся речевых комплексов в известных словарях (СПО; ССИСО и др.), показывает их значительное обновление и усложнение.

Для создания образов сравнений авторы современной беллетристики стремятся обновлять имеющиеся в словарях образные модели или создавать новые, реализующие «языковой вкус» эпохи и актуализирующие ситуации, воссоздающие соответствующий образ. См.: *тоска – трава* (СПО), *тоска – травка на весенней стройке* (Л. Улицкая); *человек-клоун* (СПО), *игральные автоматы – клоуны* (О. Славникова); *день – покров* (СПО), *дни – гостиничные простыни* (Осокина И.) и др.

Модус сравнений показывает, что осмысление мира современными авторами осуществляется не прямо, а сквозь призму сложно организованного концептуального мира человека. Оно предстает как углубленное, научно осмысленное, детальное, развернутое, актуализирующее целый ряд признаков: *небо – полог* (СПО) / *небо – полог лиялого черного сатина* (И. Василькова); *лицо белое, словно полотно* (ССИСО), *бесцветный, точно вода и лосьоны смыли с его костистого лица природные краски* (О. Славникова); *нем как рыба* (СПО) / *нем, как кольчатый булавобрюх, непарный зеленчук, сфагновая водомерка* (Зыкун П.); *края одежды – крылья* (СПО) / *края одежды – потрепанные пыльные крылья умирающей в осень бабочки* (Шарапова М.). Отмечается использование целых рядов образов для целостной и многосто-

236 | ронней передачи самого существа изображаемого объекта: «Рельсы – это как интуиция, экстракт дороги, и металлическая река, и целебный вектор» (О. Славникова) [59: 31–35].

В художественном языке XXI в. появилась явная тенденция к усложнению образа сравнения, проявляющемуся в фиксации динамических характеристик мира. Так, слово *поведение* живых и неживых существ в качестве предмета сравнения в известных словарях не представлено, в то время как в литературе XXI в. становится частотным – третьей по продуктивности моделью создания образных сравнений [59]. Такой предмет речи, как *ситуация*, в указанных словарях рассматривается в качестве отдельного компонента образа сравнения или заменяется ее номинацией (*битва – война, бой, сражение* и др.). В художественной литературе XXI в. образы целостных ситуаций и сложных ситуативных комплексов – явление частое, они также входят в число наиболее продуктивных моделей образной мысли [59]:

– *Девушка! Садитесь в салон! – позвал он, приплясывая, точно дождь стрелял ему [Вожеватову] под ноги из пистолета* (Славникова О. Старик и смерч); *Представить себе, что жена его могла ему [Кряжинскому] изменить с этим взъерошенным подростком, было все равно что представить себе инопланетян, приземлившихся в центре Стокгольма и устроивших для местных жителей прием с буфетом и духовым оркестром* (Болмат С. Муж).

Сжатые образные модели становятся носителями все большего объема содержания [55], включающего общее и индивидуальное знание, ассоциации, аллюзии, эмоции: *Все окружающее переменилось, и если уместно такое сравнение, то субботняя ночь была Достоевским, воскресное утро – Толстым, да простит мне литература* (Зыкун П.); (...) *обитатели интернета как бесконечная пьеса голодных самолюбий и грамматических ошибок* (Сахновский И.).

Процесс сжатия как проявление компрессии, экономии формы для воплощения заданного содержания соответствуют универсальному закону синтеза информации [49] и мотивирует появление в письменной коммуникации особых синтезированных форм, которые определяются как результат концептуальной интеграции [64: 308]: *олигофренд* (*олигарх + френд*); *гражданипоэт* (*гражданин + поэт*); *долбиз* (*должностное лицо с бизнес-интересами*); *перезагрузка* (*перезагрузка + Грузия*); *юрийгагарин* (*Юрий + Гагарин*) [23: с. 22, 57]. Вероятно, их активизация связана и активным использованием в современном информационном пространстве обозначений в виде хештегов – ключевых слов сообщения, тегов (пометок), используемых в микроблогах и социальных сетях: #инстаграмнедели, #следуйзамной, #лайкнименя, #лайкничакакнеродная, #веселаякомпания; #чайнаяцеремония, #яжемать, #неужеливыходныепришли, #сладостиназаказ.

Вместе с актуализацией когнитивного механизма концептуальной интеграции, закрепляемого в системе типов мыслительных операций, в речевой

практике, а затем и в языке формируются и кодифицируются интегративные конструируемые, основанные на смысловом синкретизме.

Рассмотренные выше и подобные им новообразования отражают не просто стремление пишущих выразиться максимально кратко по форме, но их особую способность современных носителей русского – удерживать в памяти и синтезировать структуры исходных ментальных пространств, которые проецируются на новое, конструируемое, ментальное пространство. Создаваемый усложненный и воспринимаемый как единство фрагмент образа мира, представленный компактно [58], в виде смешения самостоятельных элементов, не только существенно расширяет предметный ряд актуальных объектов обозначения, но и позволяет обрабатывать речевые модели, соответствует современному стилю высокоинформативного мышления. Этот когнитивный стиль, основанный на элиминации имплицитных связей и отношений между понятиями, заполнении смыслового «расстояния» между смешиваемыми в едином ментальном пространстве фрагментами, получил обозначение «блендинг» и нередко образуется в связи с необходимостью «примирения» контрастной семантики этих единиц и их эмоционального наполнения [23: 57].

В электронной коммуникации, языке СМИ блендинг основывается на использовании предельно коротких обозначений при полном сохранении всей сложности смысла вплоть до оксюморонных: *груболайк, счастливоубивец* (в применении к удачно отстрелявшему свою норму спортсмену), *злобр*, *исчадие добра, любовь-ненависть, убойная любовь, ужас восторга, достижение провала* и т. п. [54]. Пространство языка, выражая амбивалентные образы, все больше ориентируется на сложный фантомный образ мира, где возможны любые отношения между объектами.

Наблюдения над исследуемым материалом позволяют заключить, что в условиях накопления информации, насыщения жизненного пространства современного человека многообразными текстовыми произведениями различной природы, стремительным уменьшением ее ценности с течением времени в языке и речевых практиках вырабатываются новые формы кодирования содержания, которые становятся все более привычными для носителей языка. Их информативная ценность определяется успешностью решения с их помощью коммуникативных и когнитивных задач.

Исследования информационно нагруженных единиц сегодня предпринимаются в разных аспектах и выступают в качестве своеобразного мониторинга, обеспечивающего публичное наблюдение за динамикой изменения значимости тех предметов, явлений и ситуаций, которые приобретают языковые формы, узуализируются, расширяют дискурсивные характеристики [39]. Будучи значимыми для носителей языка, они находят проявление в языке, лингвистически фиксируют ценности своего времени, определяют доминирующие тенденции языковых и коммуникативных процессов.

Литература

1. Анненкова И.В., Черногор Н.Н., Пильгун М.А. Медиатизация правовой сферы: к постановке проблемы // Журнал российского права. 2018. № 10. С. 5–14.
2. Архангельский А. «Новичок», «токсично», «Солберецкий» собор, пенсионная реформа: Российский конкурс «Слово года» подвел итоги 2018-го // Новая газета, 12 декабря 2018. № 138. Режим доступа: <https://www.povayagazeta.ru/articles/2018/12/10/78891>. Дата обращения: 15.05.2019.
3. Болотнов А.В. О некоторых ключевых понятиях формирующейся информационно-медийной парадигмы в русистике // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015. Вып. 1 (042). С. 111–116.
4. Власенко Е. Русский язык против нехоти // Свобода, 4 декабря 2009. Режим доступа: <https://www.svoboda.org/a/1895040>. Дата обращения: 15.05.2019.
5. Володина М.Н. СМИ как форма «общественного диалога» // Язык современной публицистики: Сб. статей / Сост. Г.Я. Солганик. 2-е изд., испр. М.: Флинта: Наука, 2007. С. 31–43.
6. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 140 с.
7. Гальперин И.Р. Информативность единиц языка. М.: Высшая школа, 1974. 174 с.
8. Гальперин И.Р. К проблеме необычных сочетаний слов // Проблемы общего и германского языкознания. Редкол.: Медникова Э.М. и др. М.: МГУ, 1978. С. 61–70.
9. Гийому Ж. О новых приемах интерпретации, или Проблема смысла с точки зрения анализа дискурса / Ж. Гийому, Д. Мальдидье // Квадратура смысла. М.: Прогресс, 1999. С. 124–136.
10. Горощко Е.И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении / Е.И. Горощко. Харьков: ХЛП Либуркина Л.М., 2009. 816 с.
11. Дьякова А.А. Вторичная репрезентация текстовой формы при адаптации // Вестник Волгоградского госуниверситета. Серия 2: Языкознание, 2009. № 1 (9). С. 76–78.
12. Егорова Э.В. Искажение реальности в политическом медиадискурсе / Э.В. Егорова, О.И. Осетрова // Магия ИННО: новое в исследовании языка и методики его преподавания: Материалы II научно-практической конференции. Москва, 24–25 апреля 2015 г. М.: МГИМО-Университет, 2015. Т. 1. С. 157–161.
13. Жеребило Т.В. Термины и понятия: Методы исследования и анализа текста: Словарь-справочник (словарные статьи). Назрань: ООО «Пилигрим», 2011. 108 с.
14. Иванов Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2002. 217 с.

15. Ионова С.В. Интердискурсивная адаптация текста // Человек в коммуникации: типы дискурсов: Сб. науч. тр. Волгоград: Парадигма, 2006. С. 179–189.
16. Ионова С.В. Лингвистика нового языкового сознания и информационных технологий // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание, 2016. Т. 15. № 3. С. 6–16.
17. Ионова С.В. Токсичный руководитель: лингвоэкология речевого поведения // Экология языка и коммуникативная практика. 2018. № 4. С. 1–12.
18. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. 7-е изд. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.
19. Кацнельсон С.Д. Общее и типологическое языкознание. Л.: Наука, 1986. 315 с.
20. Кокорина Е.В. Сфера массовой коммуникации: отражение социальной дифференцированности языка в текстах СМИ / Е.В. Кокорина // Современный русский язык (социальная и функциональная дифференциация). М., 2003. С. 241–276.
21. Колесов В.В. Язык и ментальность. СПб.: Петербургское востоковедение, 2004. С. 237.
22. Колобова К.С. Художественный текст как интердискурс (на материале произведения Гюнтера Грасса «Мое столетие») // Litera, 2017. № 1. С. 31–38.
23. Коробкина Н.И. Концептуальная интеграция как способ языковой экономики. Дисс. ... канд. филол. наук. 10.02.19. Волгоград, 2009. 226 с.
24. Костомаров В.Г. Дисплейный текст как форма сетевого общения Russian Language Journal, Vol. 60, 2010. С. 141–147.
25. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений над речевой практикой массмедиа. М.: Педагогика-пресс, 1994. 247 с.
26. Костомаров В.Г. Формы овещствления текста // Русская речь. 2005. № 2. С. 47–57.
27. Красных В.В. Система прецедентных феноменов в контексте современных исследований // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 1997. Вып. 2. С. 5–12.
28. Кронгауз М.А. Язык и коммуникация: новые тенденции. Режим доступа: <http://polit.ru/article/2009/03/19/communication>, 19 марта 2009. Дата обращения: 12.06.2019.
29. Крысин Л.П. Владение языком: лингвистический и социокультурный аспекты // Язык – Культура – Этнос. М.: Наука, 1994. С. 66–78.
30. Леонтьев В.В. Очеловеченный Интернет и тенденции развития языка (Рец. на кн.: Discourse 2.0: Language and New Media [Text] / D. Tannen, A. M. Trester (eds.). Washington, DC : Georgetown University Press, 2013. 258 p.) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2016. Т. 15. № 3. С. 206–209.

- 240 | 31. Лотман Ю.М. Символика Петербурга и проблемы семиотики города // Семиотика города и городской культуры. Петербург. Труды по знаковым системам / Под ред. А.Э. Мальца. Тарту: ТГУ, 1984. Т. 18.1. С. 30–35.
32. Маркетинг: большой толковый словарь / Под ред. А.П. Панкрухина. М.: Омега-Л, 2008. 261 с.
33. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Пер. с англ. И.И. Дюмулена и др. М.: Прогресс, 1966. 462 с.
34. Международный благотворительный фонд «Константиновский». Официальный сайт. Режим доступа: http://www.mbfk.ru/programs/education/russian_language. Дата обращения: 29.06.2019.
35. Менджерицкая Е.О. Дискурс vs функциональный стиль: что есть язык СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. Вып. 54: Серия: Филология и искусствоведение. № 13. С. 99–102.
36. Метц К. Воображаемое означающее: психоанализ и кино. СПб.: Изд-во Европейского университета, 2010. 334 с.
37. Новиков А.И. О соотношении лингвистической и семантической информации в тексте // Семантика языковых единиц и текста. М.: ИЯ АН СССР, 1979. С. 92–109.
38. Новиков В.И. Новый словарь модных слов. М.: АСТ: Зебра Е, 2008. 192 с.
39. Основы лингвистического мониторинга медиапространства региона: Учеб. пособие по спецкурсу для студентов-филологов. Волгоград: Волгоградское научное изд-во, 2011. 147 с.
40. Россия лингвистическая: научные направления и школы Волгограда.: Монография. Волгоград: Волгоградское научное изд-во, 2012. 398 с.
41. Русский язык и культура речи (базовые компетенции): Учеб. пособие / Под ред. А.П. Сковородникова. Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2015. 515 с.
42. Сиротинина О.Б. Динамизм процессов в современной русской речи // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2016. № 4. С. 9–14.
43. Сиротинина О.Б. Русский язык: система, узус и создаваемые ими риски / О.Б. Сиротинина. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2013. 116 с.
44. Сковородников А.П. Экология русского языка: Монография. Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2016. 388 с.
45. Солганик Г.Я. Современная публицистическая картина мира / Г.Я. Солганик // Публицистика и информация в современном мире. М.: Лабиринт, 2000. С. 14–15.
46. Сонин А.Г. Понимание поликодовых текстов: Когнитивный аспект. М.: Ин-т языкознания РАН, 2005. 219 с.
47. Телия В.Н. Экспрессивность как проявление субъективного фактора в языке и прагматике. Механизмы экспрессивной окраски языковых

- единиц // Человеческий фактор в языке: языковые механизмы экспрессивности. М.: Наука, 1991. С. 5–66.
48. Туркова К. Словарный запас // Сноб. 2016. Вып. 39. Слово года. Режим доступа: <https://snob.ru/selected/entry/117759>. Дата обращения: 29.06.2019.
 49. Хазен А.М. Интеллект как иерархия синтеза информации // Новости искусственного интеллекта, 1994. № 1. С. 71–98.
 50. Шмелев А.Д. Русская языковая модель мира: Материалы к словарю / А.Д. Шмелев. М.: Языки славянской культуры, 2002. 224 с.
 51. Шаховский В.И. К дискурсологии массмедиа: дискурсивные номены // Термины в коммуникативном пространстве. Материалы научно-практической конференции с международным участием «Дискурсология, терминология, экология языка в современной лингвистике» / Под ред. С.И. Маджаевой. Астрахань: Изд-во Астраханского государственного медицинского университета, 2018. С. 178–191.
 52. Шаховский В.И. Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции. Волгоград: ИП Поликарпов И.Л., 2016. 512 с.
 53. Шаховский В.И. Меняющаяся картина мира в динамике языка и речи // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание, 2015. № 1(25). С. 7–20.
 54. Шаховский В.И. Голос эмоций в языковом круге *homo sentiens*. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. 144 с.
 55. Щирова И.А. Художественное моделирование когнитивных процессов в англоязычной психологической прозе XX века / И.А. Щирова. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2000. 210 с.
 56. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость. Интертекстуальность. Интердискурсивность. М.: Книжный дом «Либроком», 2009. 245 с.
 57. Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве. Волгоград: Перемена, 2013. 450 с.
 58. Эпштейн М.Н. Однословие как литературный жанр // Континент. 2000. № 104. С. 279–313.
 59. Юдина Ю.И. Сравнения с невыраженным модулем как средство активизации читательской рефлексии // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия: Языкознание. 2010. № 2 (12). С. 31–35.
 60. Яхныч М.А., Ионова С.В. Обращение как проявление речевой культуры в интернет-коммуникации // Экология языка и коммуникативная практика. 2013. № 1. С. 263–273.
 61. Crystal, D. (2004) *Language and the Internet*. Cambridge University Press, 2003. – 272 p.
 62. Gibbs, R.W. (2007) *Idioms and Formulaic Language* / Raymond W. Gibbs // *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics* / ed. by D. Geeraerts, H. Cuyckens. – New York : Oxford Univ. Press. – P. 697–725.

- 242 | 63. Fairclough, N. (2003) *Analiysing Discourse. Textual Analysis for Social Research* / N. Fairclough. – London : Routledge. – 270 p.
64. Fauconnier G., Turner M. (2006) *Mental spaces: conceptual integration networks* // *Cognitive linguistics: basic readings* / edited by Dirk Geeraerts. Walter de Gruyter GmbH & Co. KG. – P. 303-371.
65. Mulhern F. (2009) *Integrated marketing communications: From media channels to digital connectivity* // *Journal of Marketing Communications*. T. 15 (2-3). – С. 85–101.
66. Oakley, T. (2007) *Image Schemas* / Todd Oakley. *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics* / ed. by D. Geeraerts, H. Cuyckens. – New York : Oxford Univ. Press. – P. 214–235.
67. Robbennolt K. J., Studebaker A. Ch. (2003) *News Media Reporting on Civil Litigation and its Influence on Civil Justice Decision Making*. *Law and Human Behavior*. Vol. 27. No. 1. – P. 1—23.
68. Roberts J. V., Doob A. N. (1990). *News media influences on public views of sentencing*. *JV Roberts, AN Doob. Law and Human Behavior* 14 (5). – P. 451-468.
69. Tannen, Deborah & Anna Marie Trester, ed. (2013) *Discourse 2.0: Language and New Media*. - Washington, DC: Georgetown University Press. –258 p.
70. Stern, J. (2000). *Metaphor in Context* / Josef Stern. – Cambridge (Mass.); London: MIT Press – 385 p.

Лексикографические источники

1. (БТСРЯ) *Большой толковый словарь русского языка: А-Я* / РАН. Ин-т лингв. исслед.; Сост., гл. ред. канд. филол. наук С. А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 1998. 1534 с.
2. (НСРЯ) *Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный*. В 2 т. Т. 1. М.: Русский язык, 2000.
3. (СРЯ) *Словарь русского языка: В 4 т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А.П. Евгеньевой*. 4-е изд., стер. М.: Русский язык; Полиграфресурсы, 1999.
4. (СПО) *Павлович Н.В. Словарь поэтических образов: На материале русской художественной литературы XVIII–XX веков*. В 2 т. Т. 1, 2. 2-е изд., стереотип. М.: Эдиториал УРСС, 2007. 848 с.
5. (ССИСО) *Горбачевич К.С. Словарь сравнений и сравнительных оборотов в русском языке: Около 1300 словарных статей* / К.С. Горбачевич. М.: АСТ: Астрель: Ермак, 2004. 285 с.

Вовлечение как феномен общественно-речевой практики: критический анализ⁶⁸

В этой главе, включенной в сборник, отражено исследование, проведенное ранее [1] и переосмысленное в свете последующей разработки теории речевого вовлечения и тех перспектив, которые открывает критический дискурс-анализ для его изучения.

В данном случае продолжается линия критического осмысления проблем, связанных с рассмотрением дискурса как средства навязывания притязаний на власть, что осуществляется на примере изучения отдельной дискурсивной практики, в которой религия начинает использоваться для внедрения в общество радикальных идей. Именно в этом плане показательна деятельность организации «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами», которая «играет решающую роль в формировании мусульман, исповедующих радикальную идеологию» [2. С. 68]. По способу культивирования идеологии «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами» представляет собой группу инклюзивного типа, т.е. такое сообщество, которое преследует какую-либо цель за счет расширения самой группы [3. С. 34]. Целью рассматриваемой организации выступает возрождение халифата, однако, будучи транснациональной, она вынуждена учитывать свое положение в тех государствах, на территории которых ведет деятельность по распространению политически и идеологически окрашенного ислама. В настоящем исследовании деятельность «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами» описывается с учетом ее правового статуса на территории Российской Федерации, где функционирование организации запрещено решением Верховного суда РФ от 14 февраля 2003 г. Этот фактор является, по нашему мнению, решающим при выборе стратегии ее самопродвижения в обществе, а также определяет то особое значение, которое имеет процесс вовлечения для жизнеспособности изучаемой группы.

Здесь представлен критический анализ вовлечения как такой практики нелегальной группы, которая тесно связана с вербовкой и сплочением аудитории на основе налаживания с ней религиозно-политической интеракции. Критический анализ дискурса вовлечения акцентирует внимание на стратегическом характере тех коммуникативно-семиотических механизмов, которые обеспечивают задачу постепенного вхождения индивида в ряды нелегальной организации. В этом плане переосмысление религиозной терминологии ислама

⁶⁸ Работа выполнена в рамках гранта РФФИ № 17-29-09170 «Исследование психофизиологических и психолингвистических особенностей восприятия и декодирования поликодовых текстов экстремистской направленности».

244 | выступает одним из факторов, влияющих на формирование последователей радикальной доктрины. В общем случае такое переосмысление рассматривается как «сопровожаемое трансформацией перемещение какого-либо элемента из одного... дискурса... в другой» [4. С. 154], что в англоязычной лингвистической традиции обозначается термином «реконтекстуализация», а в отечественном языкознании рассматривается в связи с изучением феномена прецедентности как определенного свойства исходного знака и результата его вторичной деривации, причем свойство прецедентности описывает факт ассоциирования знака с неким социальным, культурным, семиотическим и др. явлением, имевшем место ранее и широко известным его носителям [5. С. 118; 6. С. 216]. Социальный характер переосмысления прецедентного феномена подчеркивается в ряде работ (см., напр.: [7–9]), что позволяет рассматривать ситуацию переозначивания не как нейтральный процесс текстопорождения, а как «акт контроля» [10. С. 76]. Иными словами, трансформация прецедентного феномена относится к решению субъекта, наделенного некоторой властью, присваивать элементы другой дискурсивной практики, пересматривать их, придавать переосмысленному статус легитимности [11. С. 26], наделять собственную репрезентацию таким значением, которое впоследствии становится всеобщим, разделяемым всеми членами сообщества [12. С. 501], ориентиром для упорядочения деятельности, а также для выбора цели и стратегий ее осуществления [8. С. 248; 13. С. 43].

Данные для исследования взяты из корпуса устных бесед членов «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами». Корпус формировался из дискурсов, собранных в 2012–2016 гг. на территории Республики Башкортостан на этапе досудебного расследования случаев вовлечения в деятельность названной террористической организации. Все беседы ведутся на русском языке. Для передачи религиозно-политической доктрины организации используются, как правило, заимствования из арабского языка (арабизмы) типа *дагват*, *зиярат*, *дарис*, *мушириф* и т. д. Во многих случаях фонетическая форма арабизмов является диффузной, например, *зияrát* || *зиарát* || *дзияrát* || *джарát* || *джейrát*; *дагвát* || *дагавát* || *даввát* и т. д., что обусловлено, по-видимому, устной традицией общения между членами организации и вовлекаемыми лицами, их недостаточным уровнем владения арабским языком, а также фактором употребления в иной языковой среде, испытывающей, в свою очередь, влияние со стороны нескольких языков – прежде всего русского, башкирского и татарского.

В корпус включено 30 записей устных бесед общей продолжительностью 60 ч. 37 мин. и объемом 267 341 словоупотребление. В ходе работы было выявлено 136 вхождений исследуемой единицы *зиярат* и вариантов ее огласовки в корпус устных бесед (*зиярат* – 97 вхождений, *джарат* – 19, *зиарат* – 16, *джейрат* – 3, *дзиярат* – 1). Сам корпус разбивается на 3 подкорпуса, отражающих различные интерактивные формы вовлечения: подкорпус *халакатов* –

дискурсов, производимых на обучающих мероприятиях (*халакат* ‘кружок, обучающее мероприятие’), подкорпус *амали* – дискурсов, реализующихся в рамках свободных по форме организационно-обучающих мероприятий, допускающих прием пищи, распитие чая (*амали* ‘братская беседа между участниками кружка’), подкорпус *разное*, состоящий из коллекции разнородных дискурсов, объединенных наличием инструктирующих, разъяснительных, убеждающих, отчетно-обобщающих пассажей и характеризующихся либо невозможностью установить жанровую природу исследуемого фрагмента, либо однократностью появления жанра, представляемого изучаемыми диалогом или полилогом. Количественные данные подкорпусов приведены в нижеследующей таблице.

Таблица 1. Частота употребления лексики *зиярат* и ее вариантов

Подкорпус	Количество дискурсов	Общее число словоформ	Число вхождений для формы				
			<i>зиярат</i>	<i>зиарат</i>	<i>дзиярат</i>	<i>джарат</i>	<i>джейрат</i>
халакаты	14	172 311	34	4	1	2	0
амали	7	44 339	5	0	0	17	3
разное	9	50 691	58	12	0	0	0
Итого	30	267 341	97	16	1	19	3

Необходимость выделения подкорпусов определяется системной природой вовлечения, детерминирующей употребление языковых средств формой и содержанием интеракции, ее местом и ролью в инклюзивном воздействии, которое расценивается не только как процесс модификации сознания, но и как элемент региональной стратегии, значимой для достижения политической цели организации. Так, установка на расширение и консолидацию сообщества предполагает прохождение таких стадий вовлечения, как «совместное совершение деятельности», «выход на более широкую аудиторию». В дальнейшем обобщения оценочно-аналитического характера выводятся относительно подкорпусов, включающих однородные в жанровом отношении дискурсы (преимущественно по отношению к подкорпусу *халакаты*). Такое ограничение вызвано задачей проследить зависимость использования реконтекстуализованного элемента от формы интеракции, стадии вовлечения и социокоммуникативной ситуации в целом.

Критерии и принципы критического исследования. Современный этап развития дискурсивных исследований характеризуется возрастающей ролью критической методологии в изучении многочисленных коммуникативных практик. При этом само атрибутивное понятие «критический» следует рассматривать в качестве номинального, имеющего предписательный характер, который зависит от исследовательских интересов ряда школ, течений и проектных коллективов.

Так, в одной из первых версий критической герменевтики дискурса – в риторической критике – методология оценивания обеспечивается целым набором критериев, связанных с персуазивными характеристиками коммуникативных артефактов, такими как эффективность, эффектность, этичность, эстетичность речи и т. д. (см., напр.: [14]).

Следующий этап критических исследований коммуникации тесно связан с освоением проблематики общественных наук, что предопределяет рассмотрение дискурса в качестве сугубо социального феномена, через который реализуются аспекты неравенства, неравноправия, злоупотребления материальными и нематериальными ресурсами и т. п. (см., напр.: [15]) или же осуществляются обсуждение и пересмотр социальных, политических, религиозных и других понятий (см., напр.: [16]). Список критериев, обеспечивающих соответствие исследований статусу критических, также претерпевает определенные изменения, затрагивающие оценку дискурса с точки зрения интересов подчиненных социальных групп [17. С. 24].

Если критические дискурсивные исследования предполагают рассмотрение феномена реализации власти в условиях социальной асимметрии, то исследования в рамках критического жанрового анализа служат прояснению дискурсивных практик и действий, совершаемых в условиях институциональных контекстов: «Критический жанровый анализ – это метод “демистификации” профессиональной практики посредством разбора жанра» [18. С. 18]. Критический статус данных исследований определяется их соответствием установке на уменьшение зазора между умозрительным видением жанров и реальным их функционированием.

В данной работе критический характер исследования сводится к констатации вовлечения как социального феномена, связанного с незаконным использованием власти. По этой причине актуальная трактовка критического аспекта в описании коммуникации удовлетворяет прежде всего критерию наличия нелегальной группы как очага доминирующего дискурса. Кроме того, нелегальный статус группы влияет на характер прозелитической активности ее членов. Поэтому назначение критического подхода к описанию коммуникации видится еще и в перспективе разбора тех форм, через которые воплощаются программные установки радикального сообщества, ведущего свою работу вопреки наложенному на нее официальному запрету.

В работе применяется критическая методология, обоснованная в трудах В. К. Бхатии, Р. Водак, Т. А. ван Дейка и Н. Фэркло. Вместе с тем с учетом обобщаемой дискурсивной практики вовлечения сформулируем следующие методологические принципы исследования:

1) принцип фокусировки на социальных проблемах, таких как злоупотребление религиозной доктриной ислама, расширение сферы влияния нелегальной идеологии, радикализация общества и т. д.;

2) принцип междисциплинарности, предполагающий разбор вовлечения в радикальную организацию как социально-когнитивного феномена, воплощенного в формах языка и дискурса;

3) принцип объяснения языковых и дискурсивных форм с позиции социальной и когнитивной детерминант;

4) принцип аналитической оценки вовлечения с точки зрения критериев легальности, социального доминирования, соотнесенности с определенным институциональным контекстом.

Вовлечение как аналитическая категория лингвистики. Несмотря на то что тема вовлечения – одна из магистральных для классической риторики как искусства публичного воздействия и взаимодействия, сам термин «вовлечение» в качестве аналитической категории, посредством и в аспекте которой изучаются отдельные коммуникативные процессы, состояния и явления, вошел в активный научный оборот в начале 80-х годов XX века благодаря исследованиям в области интеракциональной социолингвистики и дискурс-анализа. Кроме того, термином «вовлечение» успешно пользуются в ряде гуманитарных и общественных наук (в юриспруденции, экономике, политологии, социологии, психологии, педагогике, философии). Существенным представляется также то, что категория вовлечения может выступать как отдельный элемент стратегии социального агента, например, носителя политической, религиозной, экономической идеологии. Такое разнообразие эпистемических контекстов делает искомое понятие ситуативно переменным.

Так, в лингвистике получил развитие ряд направлений исследования вовлечения. Интеракциональная социолингвистика соотносит понятие вовлечения с готовностью и способностью субъектов принимать активное участие во взаимодействии на основе общих, разделяемых языковых и социокультурных знаний и имеет дело с наблюдаемым состоянием нахождения в интеракции, отличным от простого совместного присутствия [19]. В дискурс-анализе вовлечение – это один из функционально-языковых параметров, характеризующий такой семиотически маркированный тип участия в коммуникативном событии, который предполагает по преимуществу наличие между собеседниками непосредственного контакта во времени и пространстве [20; 21], некоей связи, достигаемой людьми в общении и соединяющей их с событиями и обстоятельствами [22]. В этнографии речи вовлечение как тип эмоциональной связи рассматривается прежде всего через национально и социально маркированные формы взаимодействия [23]. Становление «метадискурсивного» (интеракционального) подхода К. Хайленда, а также герменевтической теории «читательского отклика» приводит к исследованию вовлечения как несимметричного процесса, направляемого автором письменного текста с целью привлечения адресата на свою сторону, оказания ему помощи в интерпретации содержания сообщений, обогащения особым опытом чтения произведения [24–27].

248 | Специфика критического подхода к исследованию вовлечения как несимметричного процесса состоит в особом внимании к феномену дискурсивного злоупотребления, осуществляемого членами ин-групп как по отношению к самим себе, так и по отношению к членам аут-групп. В таком процессе сторона-инициатор формирует и приводит в действие готовность остальных участников интеракции к совершению согласованных поступков, актуализуя у них состояние сопричастности, сопереживания, симпатии, необходимого соблюдения принимаемых социальных обязательств и интеракционных конвенций, разделения ответственности с группой и т. д. При этом вовлекаемые лица могут быть доведены до состояния осознанного совершения таких поступков, которые квалифицируются как противоправные деяния.

Моделирование вовлечения в деятельность радикальной организации.

Асимметрия социальных позиций особенно ощущается при рассмотрении таких дискурсивных практик, которые применяются агентами нелегальных организаций в отношении управляемой аудитории. В этом случае движущей силой вовлечения становится доминирование вовлекающей стороны, ее стремление сформировать последователей и лояльно настроенных лиц; само же вовлечение может стать предметом правового преследования, причем основаниями для его возбуждения служат соответствующие статьи Уголовного кодекса.

Юридическая практика использования концепта «вовлечение», сложившаяся в России, указывает на то, что это не столько речевой, сколько социальный феномен. В российском криминальном законодательстве понятийным ядром категории вовлечения выступает идея о целенаправленной деятельности, ориентированной на формирование у объекта воздействия решимости или готовности участвовать в совершении общественно опасного деяния [28]. При этом не исключается, что формирование будущего члена доминирующей группы может быть реализовано и дискурсивным путем.

Разнообразие дискурсов вовлечения, используемых радикальной организацией, позволяет сформулировать ряд положений, которые учитываются нами при проведении критического исследования.

1. Вовлечение в деятельность радикальной организации – это социальный фрейм, аккумулирующий вокруг себя сумму представлений о структуре и системе знаний, необходимую для определения, усвоения и применения доктрины сообщества, а также для отбора и воспроизводства дискурсивных способов ее реализации.

2. Вовлечение как спланированный процесс постепенно, т. е. проходит через ряд стадий, реализация которых предполагает использование приемов низкой, средней и высокой степени вовлечения, стимулирующих у аудитории ответные действия, различные по уровню осознанности, автоматизма, подготовленности, исполнительской сложности.

3. Вовлечение ситуативно, т. е. зависит от общего социального, культурного, религиозного контекстов, от группы, положения ее членов, их ролей, от форматов коммуникации, форм общения и некоторых других обстоятельств.

4. Вовлечение не одноразовая акция, а то, как обычно поступают члены организации, обеспечивая постоянство и жизнеспособность объединения.

5. Эффект вовлечения не вытекает из какого-то одного речевого действия, а складывается из совокупности сменяющихся во времени коммуникативных событий.

С учетом выдвинутых положений в модели вовлечения можно выделить несколько уровней (слогов), а именно типизированные представления: (I) об особенностях общего социокоммуникативного контекста, ориентирующего сообщество в достижении поставленных целей, а также в отборе способов их реализации; (II) о стадиях инклюзивного воздействия, обеспечивающего установку на пополнение и сплочение сообщества; (III) о дискурсивном строе как совокупности дискурсивных методов вовлечения.

Особенности социокоммуникативного контекста. Ответ на вопрос о том, кто является агентом вовлечения, важен не только для описания дискурсивных особенностей инклюзивной коммуникации (ее установок, целей, стратегий и тактико-семиотических реализаций), но и для осознания того значения, которое придается вовлечению в идеологию и деятельность политической организации. С описанием социокоммуникативного контекста тесно связаны представления, учет которых позволяет обратить внимание на:

– тип организации с точки зрения ее отношения к членству в группе (ориентирована ли она на то, чтобы число желающих разделить выгоду и издержки от пребывания в группе росло);

– идеологию организации (в том числе на то, входит ли пропаганда идей организации в концептуальное ядро ее мировоззрения);

– особенности устройства сообщества, определяющие структуру равноправия/доминирования между сторонами вовлечения, а также степень осознанного отношения к членству в группе;

– правовой статус организации, от которого зависит политическая программа сообщества и соответственно выбор агитационных форм;

– технологичность (нестихийность) процесса вовлечения, демонстрирующего продуманность и типизированность моделей склонения и удержания адептов и стейкхолдеров (внешних, невовлеченных носителей позитивного общественного мнения).

С этих позиций организация «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами» – это такой агент вовлечения, деятельность которого в России запрещена из-за пропаганды радикальной идеологии через обращение к идеям ислама; об этой организации см., напр., в [29–31]. Основная цель партии – возвращение бывшего господства ислама через возрождение халифата, а долг каждого мусульманина – работа

250 | по возрождению этого государства, которое несло бы послание ислама всему миру. В соответствии с ее доктриной эту задачу следует начинать с проведения исламского призыва с целью возрождения исламского образа жизни во всех мусульманских странах. Вместе с тем планы «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами» имеют больший масштаб, поскольку халифат представляется скорее в виде транснационального государства, границы которого выходят за пределы стран с традиционно исламским вероисповеданием. Для построения халифата основателями партии была предложена стратегия трех этапов: на первом этапе партия вербует членов, вовлекая их в интеллектуальный и политический диалог; на втором этапе она работает для закрепления ислама в жизни государства и общества, привлекая на свою сторону представителей власти; на третьем этапе она претворяет ислам посредством создания халифата [31. С. 318]. Согласно исследованию Гудзоновского института, по прошествии более полувека планы организации не изменились, однако ее функционирование очень сильно зависит от региональных условий [32. С. 1–2]. Так, в России, где организация «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами» запрещена, а члены преследуются по закону, ее деятельность, по-видимому, не продвинулась дальше начального этапа, поэтому основные усилия данного сообщества направлены на объединение людей вокруг своей идеологии. В этом плане одна из основных обязанностей членов организации – несение призыва – репрезентируется арабизмом *дагват*, имеющим отношение к истории ислама и традиционно обозначающим пропаганду данной религии [33. С. 111–112]. При попадании в дискурс радикальной организации это слово реконтекстуализируется и приобретает более узкий смысл: *делать дагват* означает ‘вовлекать в организацию на основе призыва либо принять ислам, либо соблюдать законы ислама’.

Примечательно, что особая значимость для российского регионального отделения партии «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами» этапа призыва поддерживается также совокупностью языковых средств, составляющих гнездо родственных слов с вершиной *дагват1* (см. схему 1):

Схема 1. Гнездо родственных слов с вершиной *дагват1*.

<i>дагват1</i> ‘вовлечение’	<i>дагватить</i> ‘вовлекать’	<i>задагватить</i> ‘вовлечь’
<i>дагават</i> ‘вовлечение’	<i>дагвачить</i> ‘вовлекать’	<i>дагватчик</i> ‘тот, кто вовлекает’
<i>давват</i> ‘вовлечение’		
<i>дагый</i> ‘тот, кто вовлекает’		
<i>дагвий</i> ‘тот, кто вовлекает’		
<i>дагвит</i> ‘тот, кто вовлекает’		
<i>дагват2</i> ‘сбир. те, кого вовлекают’		

Предложенная схема позволяет судить о том, что:

1) кристаллизующиеся вокруг идеи *дагвата* элементы гнезда родственных слов не только акцентируют особую значимость процесса вовлечения (по убеждению членов организации, дагват – это ‘фард фардов’, это ‘венец фардов’ (фард = ‘обязанность’), т. е. главная обязанность), но и подчеркивают преимущественный статус его исполнителя через самостоятельные лексические единицы и их синонимические варианты;

2) ключевое понятие идеологии «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами» инициирует через средства внутри- и межсловной деривации, а также через этимологически родственные арабизмы объективацию социальной структуры доминирования, в соответствии с которой в пропаганду включены: субъект вовлечения (*дагый, дагвий, дагвит, дагватчик*), его деятельность (*дагват1, дагават, давват, дагватить, дагвачить, задагватить*) и объект вовлечения (*дагват2*).

Стадии реализации инклюзивного воздействия. Вовлечение в деятельность радикальной организации требует контроля активности аудитории и характеризуется постепенностью своего воплощения, переходом от стадии включения в сообщество к стадиям, предполагающим личную инициативу его членов (т. е. самововлечение). Таким образом, вовлечение как процесс изменения состояний и установок вовлекаемых лиц может быть описано либо с точки зрения присвоения и применения объектами вовлечения идеологии организации [34] либо с позиции взаимодействия организации с обществом как реальным и потенциальным источником единомышленников, новых адептов и стейкхолдеров.

В первом случае речевое вовлечение описывается в аспекте тех состояний, которые характеризуют степень инкорпорированности объектов (субъектов) в деятельность нелегитимных организаций, а именно: (1) «*якорение*», (2) *подготовка к принятию установок и целей организации*, (3) *вхождение в организацию* (= членство, закрепленное клятвой, уговором, кодексом и т. п.), (4) *погружение в деятельность* [34. С. 463].

В последнем случае вовлечение как процесс изменения состояний и установок вовлекаемых может быть описано следующим образом:

– *стадия формирования сообщества*: выбор правильной первичной аудитории, выход к ней, создание круга посвященных, выработка привычек у привлекаемых лиц, осознание ценностей и принципов идеологии и т. д.;

– *стадия совместного совершения деятельности*: регулярное осуществление обучающих мероприятий, совместное осмысление письменных источников, концептов идеологии, совместное продумывание стратегий вербовки других лиц, отчет членов ячейки и ее руководителя, поддержка темпа вовлечения и т. д.;

– *стадия совместного созидания образа организации*: инициация «народной молвы», «вирусное» распространение информации, привлечение к ее распространению лояльных лиц и т. д.;

252 | – *стадия выхода на более широкую аудиторию*: мотивация на приоритетную цель, взаимодействие с региональными ячейками, проведение конференций и т.д.

Примечательно, что на каждом этапе речевого вовлечения обнаруживаются: 1) типовые интенции вовлекателя; 2) характерные стратегии и тактики речевого воздействия; 3) специфические типы коммуникативных реакций, свидетельствующие о различной степени вовлеченности объекта; 4) особые жанры речевого вовлечения, форматы и типы коммуникации.

Дискурсивный строй. Описание дискурсивного строя может быть детализировано следующим образом:

⇒ далее для устной интеракции:

1) *форма интеракции* (например, на стадии ‘совместное совершение деятельности’ она может быть представлена такими интерактивными типами, как *халакат* и *амали*);

⇒ далее для халаката:

2) *общие стратегии интеракции* (со стороны субъекта вовлечения – *мушриф* ‘руководителя ячейки’): дидактическая стратегия, предполагающая ввод источников и тем осваиваемой доктрины и стимулирующая их обсуждение, освоение и усвоение;

3) *общие стратегии интеракции* (со стороны объекта вовлечения – *дариса* ‘обучающегося, члена ячейки’): зависимая дидактическая стратегия, предполагающая реакцию на источники и темы осваиваемой доктрины, а также на организационные действия мушрифа;

4) *типы пассажей*: объяснение, инструктирование, убеждение;

5) *семантические текстовые макростратегии* (со стороны субъекта вовлечения): выбор источников доктрины и тем обсуждения; акцентирование внимания на ключевых идеях доктрины (например, на законах шариата, на ведении дагвата); многократное повторение важного содержания и т.д.;

6) *локальные речевые акты* (со стороны субъекта вовлечения): требования; призывы; предписания; проблематизирующие вопросы; оценки; акты, связанные с проверкой уровня подготовленности к занятию, с организацией дискуссии по теме, с контролем учебной инициативы, с созданием и поддержанием интереса к изучаемой теме и т.д.;

7) *локальные речевые акты* (со стороны объекта вовлечения): реплики по поводу услышанного; уточняющие вопросы; подхватывающие реплики; акты, дополняющие инициальные высказывания, поддерживающие контакт, выражающие согласие, подтверждающие готовность следовать советам и пожеланиям руководителя;

8) *локальные значения*: изменение смысла понятий, взятых из официальной доктрины ислама; императивное подчеркивание всего, что связано с выполнением доктрины организации;

9) *лексика*: использование модальных предикатов, слов с семантическим компонентом побудительности типа *закон* 'свод религиозных принципов, правил и норм', *приказ* 'то, что подлежит неукоснительному исполнению', *путь* 'направление деятельности', *фард* 'обязанность', *вадж(л)иб* 'обязанность', *призыв* 'обращение в веру, а также обязанность обращения в веру', *дагват* 'обращение в веру, а также обязанность обращения в веру' и т. д.; включение арабизмов, формально подчеркивающих связь с религиозной доктриной ислама;

10) *внутри- и межсловная деривация*: транспозиция в идеологический контекст религиозных терминов, их освоение заимствующей дискурсивной практикой;

11) *грамматические формы*: употребление глаголов в форме повелительного наклонения и т. д.;

12) *локальный синтаксис*: использование конструкций со значением долженствования; употребление идентификационно-уточняющих и указательно-идентифицирующих конструкций для определения смысла ключевых понятий доктрины и т. д.;

13) *разновидности аргументов*: аргумент к необходимости призыва, к значимости метода возрождения ислама, к стоящим перед членами организации задачам, к Аллаху как к силе, способствующей достижению дагвата, и т. д.

Иными словами, на уровне дискурсивного строя речевое вовлечение определяется по маркерам: 1) коммуникативной активности (в том числе активного и рефлексивного слушания), регулярности присутствия, посещений; 2) инклюзивности, кооперативности, самоидентификации; 3) близости к внутрикорпоративному контексту и той реальности, о которой идет речь; 4) лояльного отношения к «своим» и неприятия «других»; 5) готовности к выполнению чего-либо противозаконного, его сокрытия, маскировки.

Дискурсивное поведение вовлекающего состоит в том, что он организует общение, проводит обучающие и иные занятия, активизирует и направляет деятельность вовлекаемых, использует специальные обращения с целью усиления апеллятивной и контактоустанавливающей функции, продуцирует пространственные монологи, доминирует в диалогах, расставляет содержательные акценты, настойчиво проводит ключевые идеи, разъясняет необходимые положения, осуществляет контроль и коррекцию восприятия и понимания информации, получаемой участниками, их речевых и иных действий, свободно выражает собственное «я» – высказывает мнение, оценку, дает директивные указания, советы, рекомендации, инструкции, резюмирует, делает выводы, в том числе убеждающие участников группы в необходимости выполнения призывных действий, информирует о предстоящих делах, руководит планированием совместной деятельности группы, сооб-

254 | шает о решениях вышестоящего руководства, мотивирует вовлекаемых, вдохновляет их, позволяет себе повышение тона речи, перебивы, критику, требует отчета о проделанной работе и в то же время сам отчитывается о проделанной работе перед вышестоящим руководством, следит за активностью подчиненных и т. п.

Дискурсивное поведение вовлекаемых прослеживается в том, что они соблюдают субординацию по отношению к коммуникативному лидеру, объем и развернутость их реплик варьируются в зависимости от этапа вовлечения (в целом они заметно увеличиваются по мере вхождения вовлекаемых в организацию); они дают ответы на поставленные лидером вопросы, спрашивают разрешения, прежде чем изменить направление дискуссии, выполнить какие-либо действия, склонны соглашаться с субъектом вовлечения, интерпретируют происходящее под углом зрения лидера, запрашивают у него дополнительную информацию, советы, рекомендации, отчитываются перед ним, демонстрируют позитивный настрой на восприятие информации, выражают уровень собственного понимания, стремятся лучше разобраться в обсуждаемых вопросах, готовят домашние задания и демонстрируют их выполнение, принимают и соблюдают нормы взаимодействия в группе, готовят отчет о работе, об интересующих лидера людей и т.д. (об этом см. также [34–37]).

Реконтекстуализация концепта «зиярат» в аспекте критического дискурс-анализа. С позиции предлагаемой модели вовлечения рассмотрим явление «нулевой транспозиции» как явления «нового прочтения» в контексте заимствующей дискурсивной практики формально неизменного прецедентного феномена [5. С. 127], что репрезентируется системой лексико-семантических вариантов слова *зиярат*.

Следует особо отметить, что решение о реконтекстуализации исследуемого элемента *зиярат* (из-за его отсутствия в глоссариях, представляющих терминосистему радикальных исламистских идеологий; напр., в: [30. С. 164; 38. С. 75]) принималось на основе сопоставления актуализованного в дискурсах смысла с толкованием концепта *зиярат*, данным в источниках, отражающих официальную доктрину ислама. В частности, учитывалась информация из энциклопедического словаря «Ислам» [33. С. 77, 151].

Согласно данным этого словаря, *зийара*, *зиярат* – это концепт, описывающий паломничество к могилам пророков, святых, шиитских имамов, а в Северной Африке – к живым суфийским шейхам; кроме того, он подразумевает еще и посещение мест захоронения человека [33. С. 77, 151]. Контексты словоупотребления арабизма *зиярат* и его огласовок указывают на трансформацию исходного значения, реконтекстуализацию единицы при переходе из сугубо религиозной сферы в идеолого-религиозную (схема 2).

Схема 2. Переосмысление религиозного термина *зиярат*.

ЗИЯРАТ	
<i>в традиции</i>	<i>в организации</i>
паломничество к могилам <пророков, святых, имамов, предков> или к живым суфийским шейхам	1) расположение 2) индивид из первичной аудитории 3) совокупность опекаемых лиц



РЕКОНТЕКСТУАЛИЗАЦИЯ

По корпусу наиболее информативных употреблений можно понять, что у единицы *зиярат* актуализуется несколько значений, противопоставленных по признаку *отвлеченности-конкретности-собирательности*, а именно:

- *зиярат1* ‘процесс работы с первичной аудиторией; расположение’:

Главное/ дагват делать целый день// Не так/ что там на улице с кем-то стоял/ пару слов кинул// Я вижу/ что зиярат либо со своим/ либо с братьями всеми по-любому надо сделать// И вот так// Это нормально//;

- *зиярат2* ‘индивид из первичной аудитории, подвергаемый целенаправленному вовлечению в организацию’:

Что мне делать?// Сразу я подумал/ куда/ где их можно найти?// Пошел в мечеть// В мечети нету// Что делать?// Брату звонишь/ есть у тебя друзья?// Звонишь им/ нету// Идешь на остановку// Стоишь на остановке// Что-куда едете?// Я тоже тогда// И вот так знакомишься// Трех находишь// А три встречи как/ если я зиярату звоню/ не получилось/ обламывают/ обламывают// Братьям звоним/ чтоб получилось//; Ну так планируешь/ что один у тебя с работы зиярат// Берешь одного полюбасу/ хоть администрация или директор//; С этим общаешься/ с этим общаешься/ с этим/ с этим/ с этим// Общаешься// И в итоге/ пару зияратов нормально выходит// И с ними дальше работать не забываем/ короче//; Кому-то что-то говоришь// Допустим/ такой случай// Джарату ты говоришь/ надо читать нормально намаз// Его надо приучать именно к шариатским доказательствам/ чтобы им следовал//;

- *зиярат3* ‘совокупность лиц – тех, кого опекает человек, осуществляющий вовлечение в организацию’:

Вот Айрата/ можно из дзиярата не планировать пока// Потому что/ во-первых/ ему надо доступно донести наилучшим образом ислам/ как исполнять// И альхамдулиллах/ если начнет исполнять// А потом видно будет; (зачитывается) Этапы первого расположения// Цель/ подружиться// Вам необходимо добиться расположения/ то есть склонность к общению с вами/ подружиться// Расположение/ это достижение доверия// Что значит доверие?// Это означает/ что собеседник не ждет от вас подвоха и негатива/ он

256 | считает/ что вы желаете ему только блага// Только тогда ваш собеседник/ будет серьезно вдумчиво воспринимать исходящую от вас информацию// То есть вначале вам необходимо повлиять на его инстинкт самосохранения/ и выработать в нем положительные чувства к вам// Данное начальное требование по расположению/ также распространяется на уже знакомых вам людей/ либо родственников// Ибо вы собираетесь через общение с ними/ в корне изменить их образ жизни// А это возможно только тогда/ когда доверие со стороны ваших собеседников/ будет полноценным// Заработать доверие/ большой и трудоемкий процесс// Поэтому вначале/ лучшие **зиярат** искать среди знакомых/ где уже есть некоторое доверие// Вы знаете его/ а он знает вас// Вы уже частично представляете его реальность/ поэтому без проблем разговариваете/ на общие с ним темы/ и вам легче выстраивать дальнейшее общение//.

Данные, демонстрируемые фрагментами из дискурса халакатов, подтверждаются корпусом дискурсов амали:

- зиярат1

М2 – У нас ребята вообще делать умеют **зиярат**?

М1 – Да/ в принципе//

М2 – Все хизбии умеют?

М1 – А?

М2 – Нет/ не все хизбии/ кто делает/ тот умеет/ кто не делает...// рассказываю/ он естественно не будет уметь/ по крайней мере/ делать так же//

М1 – Нет-нет/ он пока...// вот смотрите/ у нас идет градация дарисов/ ноль/ один/ второй начал делать **зиярат** без тартиба;

- зиярат2

То же самое с Ильясом// Если ты/ брат/ взял Ильяса в **джарат3**/ то работай с ним// Позвони хотя бы за неделю/ узнай/ как дела у него/ как у него там работа идет/ как он там вообще живет// Хотя бы как дела/ если у тебя не получается с ним увидеться// Почему звонить?// Потому что он **джарат2** твой/ и как правило/ ты за него дрожишь//;

И ты в этот момент не должен ничего скрывать// В вопросе дагвата// Потому что моя цель/ тебя научить нормально// Я для этого здесь// Я поэтому узнаю/ как у тебя неделя прошла/ что ты делал/ что ты не делал/ почему с **джаратами** не виделся/ почему виделся/ о чем общался//;

Вот Мансур делает пятнадцать встреч// Это через две недели/ у вас будет результат того/ что с ним пять **зияратов** хотят общаться// Еще через две недели/ будет три-четыре человека намаз читать//;

- зиярат3

Ты мне предоставляешь информацию про свой **джарат**// Кто/ как они/ в каком они состоянии и так далее//;

М1 – Что значит расположение?//

М2 – Угу.

М1 – *То есть суть такова/ что надо лучше расположить// Я их специально маме показал/ чтобы лучше расположились// Друзьями стали/ вы в своих джаратах// Чтобы они вас видели полностью//.*

Таким образом, приведенные контексты употребления единицы *зиярат* позволяют сделать следующие выводы об особенностях вовлечения, свойственного «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами».

1. Семантическое изменение исходного элемента можно квалифицировать как один из частных случаев реконтекстуализации – нулевую транспозицию, представляющую собой переход религиозного термина в разряд выражения, используемого социально обособленной группой в своих целях.

Данный семиотический переход имеет прямое отношение к репрезентации доминантной манеры вовлечения. Асимметричность интерперсональных отношений усматривается в том, что:

а) в реконтекстуализированной номинации, в отличие от ее источника, акцентированными оказываются именно деятельность и лица, на которые эта деятельность направлена (т.е. прецедентный феномен индексирует отдельные составляющие начальной стадии вовлечения, имеющие отношение к вербовке первичной аудитории);

б) подменяя традиционный смысл религиозного термина, инициаторы обучения ограничивают у адресатов горизонты восприятия доктрины ислама, попутно формируя круг посвященных, по речи которых можно установить степень принадлежности к сообществу.

2. Многозначность элемента *зиярат* развивается по пути концептуализации прецедентным феноменом самой ситуации работы членов сообщества с первичной аудиторией. В то же время многозначность употребления снимается ближайшим вербальным контекстом (предложением или словосочетанием). В таких случаях неравноправие сторон вовлекающей интеракции, воспроизводимое руководителем халаката, а также другими инициаторами воздействия (например, авторами изучаемых на халакате брошюр), репрезентируется:

а) через императивное подчеркивание действий, вменяемых в обязанность членам организации: *...зиярат1 либо со своим/ либо с братьями всеми полюбому надо сделать//;*

б) через отношение к ним как к объектам целенаправленного воздействия (*...я зиярату2 звоню; ...джарату2 ты говоришь/ надо читать нормально намаз*), результатам приложенных усилий (*И в итоге/ пару зияратов2 нормально выходит//*), носителям состояний, контролируемых извне (*Зиярат2 / это тот человек/ который готов слушать тебя//*), объектам владения (*Ну так планируешь/ что один у тебя с работы зиярат//; У нас раньше/ тридцать было зияратов2//*), контролируемому извне ресурсу (*Вот Айрата/ можно из дзиярата3 не планировать пока//; Поэтому вначале/ лучше зиярат3 искать среди знакомых//*);

258 | в) через приписывание вовлекаемым негативных поступков (*...я зиярату2 звоню/ не получилось/ обламывают/ обламывают//*);

г) через изображение членов организации в качестве субъектов целенаправленного воздействия или в качестве тех, кто владеет вовлекаемыми (*Один у тебя с работы зиярат2//; У нас раньше/ тридцать было зияратов2//*).

Таким образом, представления о характере взаимодействия демонстрируют особенности иерархии, установленной в организации. В ней наделенность властью тесно связана с активностью и директивностью агента, с его правом владеть и распоряжаться человеческими ресурсами, а также с его способностью целенаправленно создавать события *зиярата*. Отсутствие власти коррелирует с пассивностью контрагента.

3. Употребление прецедентного феномена *зиярат* в коммуникативных актах служит дополнительным аргументом в пользу отношений доминирования. Приведенный выше корпус текстовых фрагментов из дискурса халакатов указывает нам на то, что в качестве ведущих способов реализации власти выступают инструктирующие и объяснительные пассажи. Иными словами, налицо как раз такие формы речевого воздействия, с помощью которых, с одной стороны, осуществляется управление поведением адресата, призванного осуществлять *зиярат*, а с другой – формирование у собеседника определенного ценностного отношения к неосвоенному организацией социуму, рассматриваемому в качестве ресурса для пополнения ее рядов.

4. Использование прецедентного феномена *зиярат* отсылает к программным установкам «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами», в свете которых построение халифата невозможно без формирования постоянно пополняемого сообщества. Однако статус нелегальности накладывает определенный отпечаток на отношение сообщества к одному из традиционных терминов ислама. В ходе регулярных обучающих интеракций он используется как средство манипуляции сознанием, через которое добиваются исполнения необходимых поступков, касающихся вербовки первичной аудитории. Суть такой манипуляции состоит в проведении через каноничную языковую оболочку термина совершенно иного смысла, ограничивающего восприятие доктрины ислама идеологией радикально настроенного сообщества.

Заключение. Понимание речевого вовлечения как комплексного – социального, когнитивного и собственно дискурсивного – феномена позволило обратить внимание на отдельные стороны деятельности «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами». Исследование подтвердило зависимость функционирования сообщества от региональных условий, в которые оно поставлено. Находясь в России под запретом, организация «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами» вынуждена сосредоточивать усилия на первоначальном этапе построения халифата, т. е. на этапе дагвата (вовлечения). Дополнительным аргументом в пользу ее установки на расширение влияния служит активное использование

в обучающих и мотивирующих практиках концепта *зиярат* (расположение) как самостоятельной идеологической категории, связанной с вовлечением первичной аудитории.

Применение критической методологии исследования помогло эксплицировать манеру вовлечения, свойственную изучаемой радикальной организации. На стадии совместного совершения деятельности (в частности, на халакате) носители доктрины придерживаются в большей степени манипулятивной стратегии, базирующейся на неявной подмене традиционного исламского термина его суррогатом. В этом плане реконтекстуализация одного из понятий ислама – понятия *зиярат* – показывает, что за его семантическим видоизменением стоит скрытая попытка доминирующей группы сформировать идеологически окрашенное представление об исламе. Поэтому закономерно предположить, что активное использование любых других арабизмов в дискурсе организации может поддерживаться преобразованием по принципу «нулевой транспозиции», а потому требует внимательного отношения со стороны интерпретатора.

Представленный анализ доказывает важность учета прецедентности при проведении критического дискурсивного исследования, поскольку благодаря ему переосмысление заимствуемых элементов в контексте заимствующих дискурсивных практик рассматривается с позиции контролирующего социального субъекта, в задачу которого входит легитимация себя в глазах (со)общества.

Поиск нелегальными группами «точек доступа» для общения с аудиторией приводит к расширению того инструментария, который используется с целью установления общественного контроля. В этом плане прецедентность не исключение. С одной стороны, многообразие ее проявлений – следствие смешения нескольких дискурсивных практик (деятельность исследуемой радикальной организации показывает, что в рамках ее идеологического дискурса соединяются и сосуществуют религиозный, дидактический, экономический, политический, маркетинговый и др. дискурсы). На увеличение прецедентных феноменов, их разновидностей и механизмов переосмысления также оказывает влияние тенденция к усилению (социо) медиатизации, за счет которой контролирующий субъект адаптирует свою дискурсивную практику к тем возможностям, которые имеют современные СМИ и социальные сети для продвижения разнообразного (в том числе и гетерогенно организованного) контента, контроля за его распространением, получения обратной связи от аудитории. Поэтому особый статус приобретают те критические исследования, которые обращают внимание на функционирование прецедентных феноменов, осложняющих поликодовые и мультимодальные тексты. Усматриваемый за этими текстами усиленный воздействующий эффект [39; 40] нуждается в дополнительной проверке не только посредством мониторинга состояния их просмотров, но и экспериментальным путем.

260 | Наконец, социальный статус реконтекстуализации и ее результатов подтверждает актуальность исследования такого прототипического маркера речевого вовлечения, как «двуголосые слова» (в терминологии М.М. Бахтина), т. е. дискурсивные феномены, обладающие двойной референцией, а именно: отсылкой к самому «чужому слову» (в том числе другой смысловой позиции) и авторскому отношению к нему. Анализ данных явлений в аспекте взаимодействия аут- и ин-групп открывает доступ к распределению технологий, обеспечивающих сближение аудитории с субъектом вовлечения.

Литература

1. Катыхев П.А., Осадчий М.А. Речевое вовлечение в деятельность радикального сообщества: критическое дискурсивное исследование прецедентности // Вестник Том. гос. ун-та. 2019. № 441. С. 19–26.
2. Baran Z. Fighting the war of ideas // *Foreign Affairs*. 2005. № 84(6). P. 68–78.
3. Олсон М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп. М.: Фонд экономической инициативы, 1995. 165 с.
4. Linell P. Discourse across boundaries: On recontextualizations and the blending of voices in professional discourse // *Text*. 1998. № 18(2). P. 143–157.
5. Высоцкая И.В. Спорные вопросы теории прецедентности // *Критика и семиотика*. 2013. № 1(18). С. 117–137.
6. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 264 с.
7. Bernstein B. *Pedagogy, symbolic control and identity: Theory, research, critique*. Lanham: Rowman & Littlefield, 1996. 256 p.
8. Linell P. *Rethinking language, mind, and world dialogically: Interactional and contextual theories of human sense-making*. Charlotte, NC: Information Age Publishing, 2009. 482 p.
9. Richardson J.E., Wodak R. Recontextualising fascist ideologies of the past: Rightwing discourses on employment and nativism in Austria and the United Kingdom // *Critical Discourse Studies*. 2009. № 6(4). P. 251–267.
10. Bauman R., Briggs C.L. Poetics and performance as critical perspectives on language and social life // *Annual Review of Anthropology*. 1990. № 19. P. 59–88.
11. Oddo J. Precontextualization and the rhetoric of futurity: Foretelling Colin Powell's UN address on NBC News // *Discourse and Communication*. 2013. № 7(1). P. 25–53.
12. Hodges A. The politics of recontextualization: Discursive competition over claims of Iranian involvement in Iraq // *Discourse & Society*. 2008. № 19(4). P. 483–505.
13. Semino E., et al. Metaphor, Genre, and Recontextualization // *Metaphor and Symbol*. 2013. № 28(1). P. 41–59.

14. Смолененкова В.В. Основы риторической критики. М., 2018. 192 с.
15. Fairclough N.L., Wodak R. Critical discourse analysis // *Discourse as Social Interaction* / Edited by T.A. van Dijk. London: SAGE, 1997. P. 258–284.
16. Krzyżanowski M. Recontextualisation of neoliberalism and the increasingly conceptual nature of discourse: Challenges for critical discourse studies // *Discourse & Society*. 2016. № 27(3). P. 308–321.
17. Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Книжный дом «ЛИБРО-КОМ», 2013. 344 с.
18. Bhatia V.K. Critical genre analysis: theoretical preliminaries // *Hermes – Journal of Language and Communication in Business*. 2015. № 54. P. 9–20.
19. Gumperz J.J. *Discourse Strategies*. Cambridge: Cambridge University Press., 1982. 225 p.
20. Chafe W.L. Integration and involvement in speaking, writing, and oral literature // *Spoken and Written Language: Exploring Orality and Literacy* / Edited by D. Tannen. Norwood: Ablex, 1982. P. 35–53.
21. Chafe W., Danielewicz J. Properties of spoken and written language // *Comprehending Oral and Written Language* / Edited by R. Horowitz, F.J. Samuels. New York: Academic Press, 1987. P. 83–113.
22. Tannen D. *Talking Voices: Repetition, Dialogue, and Imagery in Conversational Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007. X, 223 p.
23. Besnier N. Involvement in linguistic practice: An ethnographic appraisal // *Journal of Pragmatics*. 1994. № 22. P. 279–299.
24. Hyland K. Stance and engagement: a model of interaction in academic discourse // *Discourse Studies*. 2005. № 7 (2). P. 173–192.
25. Hyland K. Metadiscourse: What is it and where is it going? // *Journal of Pragmatics*. 2017. № 113. P. 16–29.
26. Fish S. *Literature in the Reader: Affective Stylistics* // *Reader-Response Criticism. From Formalism to Post-Structuralism* / ed. by Jane P. Tompkins. Baltimore and London: The Johns Hopkins Univ. Press., 1980. P. 70–100.
27. Iser W. *The Reading Process: A Phenomenological Approach* // *Reader-Response Criticism. From Formalism to Post-Structuralism*/ed. by Jane P. Tompkins. Baltimore and London: The Johns Hopkins Univ. Press., 1980. P. 50–69.
28. Селиванова М.А. К вопросу о понятии вовлечения несовершеннолетних в совершение преступлений // *Известия Иркутской государственной экономической академии*. 2010. № 2 (70). С. 146–149.
29. Ахмадуллин А.С. Идеология «Хизб ут-Тахрир аль-Ислами» – угроза основам конституционного строя и безопасности России // *Правовое государство: проблемы понимания и реализации*. Т. 1. Уфа: Башкирский государственный университет, 2015. С. 135–141.

- 262 | 30. Ahmed H., Stuart H. Hizb ut-Tahrir: Ideology and Strategy. London: The Centre for Social Cohesion, 2009. 167 p.
31. Karagiannis E., McCauley C. Hizb ut-Tahrir al-Islami: Evaluating the threat posed by a radical islamic group that remains nonviolent terrorism and political violence // *Terrorism and Political Violence*. 2006. № 18(2). P. 315–334.
32. Whine M. Is Hizb ut-Tahrir Changing Strategy or Tactics? Center for Eurasian Policy Occasional Research I (1). Washington, DC: Hudson Institute, 2006. 11 p.
33. Ислам: Энциклопедия. М.: Наука, 1991. 315 с.
34. Хазимуллина Е.Е. Механизм речевого вовлечения в деятельность экстремистских организаций // *Acta linguistica petropolitana. Труды Института лингвистических исследований РАН*. 2016. Т. XII. Ч. 3. С. 453–469.
35. Хазимуллина Е.Е. Признаки речевого вовлечения в деятельность экстремистских организаций // *Образование и духовная безопасность*. 2017. № 2 (2). С. 38–41.
36. Фомина Ю.С. Особенности реализации речевых актов побуждения в текстах экстремистской направленности // *Acta linguistica petropolitana. Труды Института лингвистических исследований РАН*. 2016. Т. XII. Ч. 3. С. 441–451.
37. Фомина Ю.С. Роль речевого акта «мольба» в конфликтогенном тексте // *Вестник Челябинского государственного педагогического университета*. 2016. № 5. С. 189–194.
38. Musawi M.A. Cheering for Osama: How Jihadists Use Internet Discussion Forums. London: Quilliam, 2010. 80 p.
39. Мардиева Л.А. Коды визуального поведения и ассоциированные с ними смыслы // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2014. № 3 (33): в 2 ч. Ч. 1. С. 126–130.
40. Filardo-Llamas L. Re-contextualizing political discourse // *Critical Discourse Studies*. 2015. № 12:3. P. 279–296.

Научное издание

Аннушкин В.И. и др.

**Филология и межкультурная коммуникация:
социокультурные, информационные и образовательные
аспекты общественно-речевой практики**

Редактор *А. Н. Арефьева*

Компьютерная верстка *Е. А. Васюкова*

Гарнитура Таймс. Формат А5.

Редакционно-издательский отдел
Департамента научной деятельности
Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина
117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, д. 6.
Тел.: + 7 495 330 88 01. Факс: + 7 495 330 85 65.
Эл. адрес: inbox@pushkin.institute
Сайт: www.pushkin.institute