
УДК 316. 77 : 81' 42

ББК 76. 0

П 47

Поздеева Т. В.

Старший преподаватель кафедры иностранных языков Краснодарского филиала Российского государственного торгово-экономического университета, соискатель кафедры французской филологии Кубанского государственного университета, e-mail: kff-kubsu@yandex.ru

**Субъектно-адресные отношения
в политической газетной коммуникации:
сущность, корреляция, языковые маркеры
(Рецензирована)**

Аннотация:

Рассматриваются языковые маркеры разных уровней, функционирующие в газетной коммуникации политического характера, посредством которых осуществляется взаимосвязь между субъектом и адресатом новостной информации, выделяются приёмы диалогичности, используемые для установления контакта с адресатом и поддержания его внимания.

Ключевые слова:

Личность, адресант, адресат, газетный текст, коммуникативные помехи, языковые средства.

Pozdeeva T.V.

Senior Lecturer of Foreign Languages Department of Krasnodar Branch of Russian State Trade-Economic University, Competitor for Candidate degree of French Philology Department, Kuban State University, e-mail: kff-kubsu@yandex.ru

**Subject-address relations in political newspaper communication:
the essence, correlation and language markers**

Abstract:

The paper examines the language markers of different levels functioning in newspaper communications of political character. The language markers are used to implement the interrelation between the subject and the addressee of the news information. The author shows means of dialogue, used to establish contacts with the addressee and to maintain his attention.

Keywords:

The person, the sender, the addressee, the newspaper text, communicative hindrances, language means.

Общение посредством языка через газетное издание в целях передачи определённой информации политического характера является объектом пристального внимания лингвистов, ибо позволяет осмыслить наше языковое существование в мире политики и идеологии, вскрывая механизм сложнейших взаимоотно-

шений между познанием, речью и поведением [1: 51]. Основопологающим здесь является понимание языковой личности, как совокупности способностей и характеристик человека, обуславливающих создание, воспроизведение и интерпретацию им речевых произведений [2]. Таким образом, эгоцентричность как смысловая сущность политического газетного текста, так и параметризация его языкового пространства заставляет рассматривать политическую газетную коммуникацию как коммуникативное сотрудничество двух Личностей (Личности автора и Личности реципиента). Диалектическое единство обозначенных противоположностей представляет диалогическое пространство, соответствующее статусной корреляции Коммуникатор – Реципиент.

Инициатором коммуникативного акта выступает адресант, создающий политическое информационное сообщение в соответствии с собственными политическими представлениями, нравственной позицией и сознательной установкой на создание конкретной речи, а также в соответствии с политико-идеологической установкой того газетного издания, в котором данное сообщение будет опубликовано. Созданное им текстовое пространство является результатом целой серии внутренних целевых установок, связанных с приобщением аудитории (адресата) к определённой идеологии и политической концепции, которую он (адресант) излагает. Как лицо, иницирующее данный коммуникативный акт, он «фактически обязан избежать ошибок инициации для того, чтобы коммуникативный акт мог благополучно осуществиться» [3: 54]. К ошибкам инициации в политической газетной коммуникации можно отнести разнообразные коммуникативные помехи:

языковые (неправильная интерпретация семантики лексических единиц, неудачные синтаксические конструкции, выбранные адресантом для презентации

информационного материала, нарушение логики высказывания и целостности информации);

психологические (чрезмерная эмоциональность информации, узость интеллектуально-культурного кругозора, низость желаний и приоритетов, отсутствие чёткой и убедительной аргументации,

культурологические (расхождения в пресуппозициях и фоновых знаниях, несовпадение стереотипов, ценностных ориентиров и культурно-языковых норм, различия менталитетов и языковых картин мира).

Действие помех приводит к искажению информации, к неправильному прогнозированию адресатом дальнейшего развития представленной ситуации, к формированию у него неверных стереотипов, к упрощённой ментальной репрезентации и определённого политического события, к неверным умозаключениям, к появлению у адресата определённого психологического дискомфорта.

Фактор адресанта рассматривается нами, вслед за К.М.Ирисхановой, «не только как интегрированное целое, но и как иерархически структурированная совокупность социокультурных и психологических характеристик, существенных с точки зрения, языковой организации текста» [10]. Именно направленность на разрешение определённой языковой задачи общения, направленность на реализацию интенций отправителя информации, направленность на реализацию речевого замысла говорящего является тем рычагом, который управляет текстопостроением и его лексической презентацией. Ментальное пространство адресанта (языковой личности, представляющей политическую информацию) вербализуется на лексико-семантическом, синтаксическом и структурном уровнях текстового материала. Реальный мир языкового сознания автора представляет основные нормы и ориентиры его политической компе-

тенции, а язык служит инструментом, посредством которого он формирует мысль и отношение, желание и волю, деятельность и настроение, посредством которого он влияет на других людей. Авторская концепция представляет собой дополнительный структурно-семантический план текста, указывающий на субъект познания и речи. Категория «образ автора» в газетной коммуникации включает в себя самые разные вопросы, связанные с индивидуальным стилем журналиста. Это и выявление языковых индикаторов отношения автора к предмету изображения, и лексико-синтаксические средства выражения самого автора в текстовом материале, и специфика его жанрового своеобразия, обусловленная авторской ментальностью и многие другие параметры, аргументативно показывающие участие данной категории в интеграции языковой структуры политического газетного текста.

В политической газетной коммуникации категория «образа автора» представляет собой наиболее глубинную и объёмную категорию, определяющую выбор языковых средств информационного пространства, жанровую специфику текстового материала и логико-композиционную модель презентации смыслового содержания. Она тесно связана с общей задачей презентации политической реальности, с проблемой истинности, нравственной позиции и политической компетенции отправителя информации, его социальной и психологической идентичности. Как текстовая категория «образ автора» имеет свой план содержания и план выражения в рамках политической газетной коммуникации. Первый (план содержания) адекватен политической информации и позволяет рассматривать её как единое целое, объединённое единством замысла автора, а второй (план выражения) создаётся всеми языковыми уровнями политического газетного текста. Экспликация авторской индивидуальности значительно всего проявляется на лексико-синтаксическом

уровне, в силу того, что семантика лексем и синтаксических структур наиболее ярко выступает «как выражение отношения человека к окружающему, отражая модели ситуаций, оказавших влияние на становление мировоззрения, модели социального и культурного поведения» [5: 7].

Одним из важнейших параметров политического газетного текста является его адресованность, то есть ориентация на определённого получателя информации. Это довольно широкое и обобщающее понятие, позволяющее выявить все особенности функционирования языковых единиц политической газетной речи, разнообразные смысловые и выразительные особенности языка. Являясь релевантным свойством текста, адресованность конкретизирует антропоцентрическую парадигму, укрепляя и систематизируя характеристику его субъектного плана. Адресат – аудитория текстов газетных материалов политического содержания представлена тремя сегментами целевого читательского пространства: 1) политики, обладающие определённым багажом политической информации, довольно высоким менталитетом и собственным как политическим, так и нравственно-общественным мировоззрением; 2) реципиенты, обладающие определённой политической эрудицией и нравственной позицией, являющиеся подписчиками определённого газетного издания, и, наконец, 3) обыватели, для которых политическая газетная информация представляет интерес лишь с точки зрения эмоционального восприятия. Если для первых политика является профессией, для вторых важной жизненной ситуацией, то для третьих – это определённое развлечение, на которое они обращают внимание лишь в случае неординарности и/или экстравагантности тех или иных политических ситуаций.

Адресация – это многоплановый языковой феномен, обладающий значительным количеством характеристик. К ним относится тип и жанр текста, его ар-

хитектоника, языковые средства и многое другое. Все маркеры адресации тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены и самым тесным образом связаны с маркерами плана авторизации, которая считается одним из наиболее важных параметров политического газетного текста.

Адресованность или адресация в рамках политической газетной коммуникации представляет собой категоризацию образа личности, которой адресован текстовый материал с презентацией того или иного политического события.

Наличие прагматического момента в политической газетной коммуникации заставляет автора отбирать определённые языковые средства для обеспечения адекватного понимания адресатом представленного ему текстового материала. Однако автор отнюдь не в одном направлении и не произвольно воздействует на читателя, а учитывает его способность адекватно воспринять предлагаемый текст, понять содержание, декодировать, сделать правильные выводы. Принимается во внимание и уровень готовности читателя получить информацию именно данного рода, соответствие между информационным запросом и полученным сообщением, что в социальной психологии определяется как релевантность. Политический газетный текст апеллирует к основным слагаемым адресата: определённый уровень политической компетенции и знаний, лабильность мыслительного аппарата, тип личности, уровень образования, объём активного тезауруса, идейно-политические и нравственные приоритеты. Исходя из тезауруса личности, автор определяет состав используемых для построения данного политического сообщения языковых средств.

Данные средства обнаруживают, в свою очередь, различные уровни своего представления: лексический (семантический), грамматический (морфологический и синтаксический), словообразовательный, фонетический и др. Употре-

бляясь для выражения определённых семантических и стилистических функций, единицы одного уровня и единицы различных уровней постоянно взаимодействуют друг с другом в тексте.

Основными маркерами реализации субъектности в политическом газетном тексте являются, на наш взгляд:

- жанровая маркированность текстового материала;

- логико-композиционная структура текста, представляющая собой прагматическое разделение текстового поля на определённые части, внутренне связанные между собой;

- языковые средства и приёмы манипулирования общественным сознанием в социально-ориентированном общении.

Выделенные маркеры субъектности тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены. Каждый их обозначенных маркеров характеризует в определённой мере коммуникативный, аргументативный и языковой потенциал коммуникатора.

Текст всегда ориентирован на определённого получателя информации. Языковые средства, составляющие ткань текстового материала, служат автору сообщения не только способом установления контакта с читателем, но и дают ему возможность акцентировать внимание читателя на тех важных вопросах и темах, которые он затрагивает в своём текстовом материале. Они помогают автору не только смоделировать возможную реакцию реципиента на предложенную его вниманию информацию, но и спровоцировать на внутренний диалог с отправителем информационного материала.

Выделяют следующие средства диалогизации:

- вопросно-ответные комплексы;
- различные формы выражения побуждения;

- приобщение адресата к совместно-му размышлению, действию;

- способы выражения предписания, рекомендации;

- экспликации предполагаемых реакций адресата на сообщаемое адресантом и др. (Валгина 2000).

Для реализации обозначенных средств диалогизации существует огромный список лексических и синтаксических средств. Именно они помогают автору информации установить контакт с читателем и поддерживать его внимание. Например:

конструкции с *неопределёнными местоимениями* «все», «каждый», «всякий» и т.д.

Указывая на референт, неопределённые местоимения, выражают его качественно-количественную неопределённость. Специфика конструкций с подобного рода местоимениями состоит в том, что в политической газетной коммуникации они также подчёркивают единое целое автора и читателя, не выражая это эксплицитно.

формы повелительного наклонения в сочетании с эмотивным синтаксисом, выполняющие определённую контакто-устанавливающую функцию. Например: «*Необходимо как можно быстрее решить вопрос с жильём для беженцев*».

риторические вопросы, настраивающие реципиента на определённый диалог с потенциальным оппонентом: «*Нужны ли льготы пенсионерам?*»; «*Стоит ли помогать беженцам?*».

Подобный список значителен, так как практически каждое языковое употребление нацелено на реципиента и самым тщательным образом продумано и выбрано.

Однако средства субъектности и адресованности нельзя абсолютизировать: они тесно связаны, взаимодействуют и немыслимы одни без других в процессах создания и восприятия текста. Более того, каждый из них выражается через другие и с помощью других.

Примечания:

1. Hacker K.L. Political Linguistic Discourse Analysis // The Theory and Practice of Political Communication Research. N. Y.: State University of New York Press, 1996. P. 28-55.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987.
3. Ключев Е.В. Речевая коммуникация. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002.
4. Ирисханова К.М. Фактор адресата как системообразующий параметр стиля // Текст в функционально-стилевом аспекте: сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореза. М., 1988. Вып. 309. С. 10-16.
5. Черняховская Л.А. Информационный вариант смысла текста и вариативность его языкового содержания: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 1983.