

---

**УДК 316.77:070**

**ББК 76.120.4**

**С 17**

**Самарская Т. Б.**

*Кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой иностранных языков Краснодарского филиала Российского торгово-экономического университета, e-mail: kff-kubsu@yandex.ru*

**Мартиросьян Е. Г.**

*Кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Краснодарского филиала Российского торгово-экономического университета, e-mail: kff-kubsu@yandex.ru*

## **Публицистический текст: сущность, специфика, функции** *(Рецензирована)*

### ***Аннотация:***

Рассматривается понятие публицистичности, анализируются функции публицистики и специфика воздействия публицистического текста на массовую аудиторию. Подробно характеризуется творческое начало публицистического текста, его оценочность и объективность. На примере публицистических текстов из русских газетных изданий анализируются синкретичность и диалогичность текста публицистики, даётся определение домысла, номинируются основные признаки дискурсивности.

### ***Ключевые слова:***

Публицистика, текст, медийное пространство, синкретичность, оценочность, объективность, домисел, автор, читатель, дискурсивность

**Samarskaya T.B.**

*Candidate of Philology, Associate Professor, Head of Foreign Language Department, Krasnodar Branch of the Russian Trade-Economic University, e-mail: kff-kubsu@yandex.ru*

**Martirosyan E.G.**

*Candidate of Philology, Associate Professor of Foreign Language Department of Krasnodar Branch of the Russian Trade-Economic University, e-mail: kff-kubsu@yandex.ru*

## **The publicistic text: essence, specificity and functions**

### ***Abstract:***

The concept of publicity is considered and an analysis is made of functions of publicism and specificity of influence of the publicistic text on mass audience. The creative nature of the publicistic text, its assessment and objectivity are characterized in detail. On the basis of publicistic texts taken from Russian newspapers, syncreticity and dialogues of the publicistic text are analyzed, definition of conjecture is made and the basic signs of discourses are nominated.

### ***Keywords:***

Publicism, the text, media space, syncreticity, assessment, objectivity, a conjecture, the author, the reader, discourses.

---

В последние годы категория текста стала объектом пристального внимания исследователей языка. Представляя собой совокупность смыслов, текст рассматривается в лингвистике как некий связный знаковый комплекс, как некий продукт информационной деятельности, порождаемый средой, в которой существует человек. Особым текстовым материалом является публицистический текст, сориентированный на максимальное воздействие на аудиторию с помощью СМИ [1: 110]. При этом, естественно, не отрицается наличие признаков публицистичности у других видов текстов – научных, художественных, деловых. Под публицистичностью в данном случае предполагается способность любого вида текста оперативно влиять на идейно-политическую и социокультурную ориентацию аудитории в конкретной ситуации общения творца текста с потребителями предложенной им точки зрения.

Опираясь на это определение, можно говорить о функциях публицистики:

- 1) коммуникативной – передача информации;
- 2) познавательной (эвристической) – расширение представлений о мире;
- 3) аксиологической – оценочная;
- 4) творчески-созидательной (приглашение к со-творчеству) – создание модели мира;
- 5) воспитательной – формирование, формулирование и выражение общественного мнения;
- 6) эстетической – создание образа реальной действительности;
- 7) побудительной – побуждение к действию (при этом под «действием» подразумевается не только ролевой акт, но и возникновение переживаний).

Содержательное пространство публицистики – это, как известно, органичное соединение факта (события, проблемы, ситуации, характера) с авторской оценкой.

В условиях формирования и ста-

новления информационного общества роль публицистики возрастает, прежде всего, потому, что публицист начинает играть доминирующую роль в медийном пространстве как субъект высказывания, стоящий у истоков информационных потоков, как генератор идей, как своеобразный социальный контролер и организатор, участвующий в формировании общественных отношений, как инициатор самостоятельной творческой деятельности аудитории, как катализатор развития общественного самосознания. Свои задачи автор решает с помощью конечного продукта своей творческой деятельности – публицистического текста.

Е.С. Щелкунова в работе «Публицистический текст в системе массовой коммуникации» дает наиболее полное определение этого вида текста: публицистический текст – связанный знаковый комплекс, сориентированный на взаимодействие автора и массовой аудитории для обмена актуальной социальной информацией, представлениями, мнениями и максимально актуализирующий потенциал текстовой динамики [2: 116]. Специфика публицистического текста заключается в его способности оперативно и непосредственно воздействовать на аудиторию. Оперативная составляющая этого вида текстов вытекает из природы публицистики, деятельность которой связана с актуальными общественно-политическими вопросами: такой текст – всегда результат злободневных проблем, требующих мгновенной реакции. Важной особенностью публицистического текста является то, что он синтезирует научные и художественные методы, сочетая одновременно мышление понятийное (логическое) и образное (чувственное). Публицистика использует те же методы исследования, что и наука, для нее также важны выводы, доказательства (разумеется, своеобразные), термины и понятия. Самое главное из доставшегося ей от искусства – это образ. Отсюда следует основная специфическая

---

черта публицистического текста – его синкретизм, то есть использование одновременно в их нерасчленимом единстве как научных, рационально-понятийных, так и художественных, эмоционально-образных средств [3: 246]. Публицистический текст всегда опирается на конкретный фактический материал. «Факт представляет собой начало всех начал, опорную категорию публицистики – ее квинтэссенцию» [4: 11]. Исследователи отмечают два неизменных признака факта – его истинность и конкретность, и главными приметами публицистического текста называют документализм и фактологичность. Следует, однако, признать, что данные признаки не являются единственными признаками публицистического текста. Публицистический текст – конечный продукт творческой деятельности автора, что неминуемо предполагает использование фантазии при создании картины мира или отдельных ее фрагментов.

Творческое начало публицистического текста реализуется в самом отборе и группировке фактов для публицистического их восприятия и обсуждения; в характере общения этих фактов (без чего публицистический текст немислим), включающем в себя и образное повествование; в выборе системы повествования; в реконструкции событий (если это необходимо); в широком использовании приемов эстетически организованного письма; в структуре самого повествования; в речи действующих лиц. Поскольку публицистика – это всегда демонстрация определенной точки зрения, важно помнить, что выражение авторской точки зрения возможно как в открытой, так и в скрытой (латентной) форме. Поэтому можно говорить о том, что движение от рабочей гипотезы к четко выстроенной концепции (а именно так движется мысль публициста) есть процесс, включающий в себя креативный (творчески-созидательный, фантазийный) компонент.

Так как в публицистике факты и мнени-

я о них слиты воедино, то среди важнейших признаков публицистического повествования выделяется оценочность. Она выражается в тексте в позиции автора, которая влияет на эффективность воздействия публицистического текста и представляет собой «социально-оценочное отношение к фактам, явлениям, событиям» [5: 58]. Публицист отбирает факты в процессе создания текста стремясь не искажать смысл событий или явлений. Уже на этапе предварительного отбора объективный факт сталкивается с проблемой субъективной обработки. Ссылаясь на этот тезис, некоторые исследователи отказывают публицистическому факту в природной объективности, хотя она остается основным требованием для публициста.

Проблема объективности письма заостряет проблему использования домысла как проявления творческой фантазии. Это особенно характерно для художественно-публицистических жанров (отсюда и название группы) – очерка, фельетона и эссе. Обычно, когда говорят о фантазии публициста, используют термин «вымысел» (по аналогии с художественной публицистикой). Думается, более точным в данном случае является слово «домысел». Домыслить – значит не придумать заново, а довести какую-то мысль до своего логического завершения. Публицист, опираясь на реальные факты действительности, создавая свое максимально документализированное представление о картине мира, не придумывает заново события, ситуации, поступки, реплики действующих лиц, а лишь «достраивает» то, что по каким-либо причинам ему не известно (например, в случае реконструкции событий, диалогов в очерке, фельетоне, эссе). Но эта «достройка» опирается не на субъективное стремление по-своему воспроизвести происходящее, а на естественное для публициста желание быть как можно более достоверным в своем описании и анализе реальности.

И вот характерный пример. В своем

---

комментарии «Почему Цхинвал штурмовали летом?» журналист «Известий» Валерий Каджая отвечает на вопрос, вынесенный в заголовок: *«Время «Ч» все те же американские советники наметили на нынешнее лето. Почему именно август выбрали они для вторжения? Начни Грузия операцию в конце ноября – начале декабря, российская армия просто физически не смогла бы прийти на помощь осетинам, и грузинская армия действительно встретила бы новый, 2009 год в Цхинвале. Возникает вопрос: неужели Саакашвили и его американские советники настолько наивны, что не понимали очевидного – в разгар лета, когда дороги, ведущие в Рокскому тоннелю, наиболее удобны для транспортного сообщения, Россия немедленно придет на помощь Южной Осетии?»*. Формулируя этот вопрос, журналист не ссылается ни на какие документально подтвержденные факты, связанные с вторжением в Южную Осетию. Он лишь предлагает свою версию такой стратегической нелогичности выступления грузинских войск. И журналист находит ответ: *«Это было нужно Белому дому, на который он [Саакашвили – Е.Г.] молился»*.

(Известия. 2008. 28 сент.)

Именно поэтому термин «домысел» представляется более уместным в публицистическом тексте, чем «вымысел». Но и домьсел здесь имеет специфический характер – у него несколько иные функции. Строго говоря, домьсела в чистом виде в публицистике быть не может: он выступает как одна из форм условности. В публицистическом тексте воспроизводятся не реальное время и пространство, а специфический публицистический хронотоп, подчиненный воле автора – творца текста. Домьсел в публицистическом тексте служит определенным целям, он всегда обусловлен решением конкретных творческих задач и прочно связан с жанровой природой публицистического текста (соотношение факта и домьсела в пу-

блицистическом тексте относит его к той или иной группе жанров).

Создавая образ события, явления, характера, публицист ограничен не только фактами, но и реальной жизнью: он не вправе выдавать продукт своей фантазии за данность. Но нельзя не учесть и того, что им движет стремление интерпретировать объективно существующую реальность, опираясь на собственные представления о жизни. По этому поводу известный журналист и общественный деятель Анатолий Аграновский как-то сказал, что даже при самом честном и скрупулезном следовании фактам публицист всегда «сочиняет» своих героев, поскольку кроме самих фактов, есть их осмысление, их отбор, есть тенденция и есть, наконец, точка зрения автора.

В публицистическом тексте реальность предстает перед читателем благодаря соединению образов и понятий. В отличие от писателя публицист не только «показывает» действительность в верной картине, но и, используя логически-понятийное мышление, прибегает к доказательствам. Несмотря на это отличие, связанное с синкретизмом публицистики, для ее авторов очень важна ориентация на воображение аудитории. И если публицист стремится повлиять на аудиторию, ему приходится широко использовать образный строй повествования, раскрывая проблему, определяя свою позицию не только рациональным способом, но и с помощью эмоционального воздействия на аудиторию.

Именно с синкретичностью публицистических текстов связана проблема их истинности и объективности. Истина текста по-разному выглядит в науке и в художественном творчестве, и разница эта – в демонстрации авторской индивидуальности: «Об индивидуальной, принадлежащей субъекту истине можно говорить только применительно к художественным произведениям – считается, что истина в научном тексте, пусть и имеющая

---

автора, как раз надлична и независима от субъекта» [6: 16].

Биографический автор выступает критерием истинности своего текста, стараясь наиболее точно и объективно отражать факты действительности. При этом автор может занимать различные позиции: «...от почти «научно» отстраненного исследователя до человека, интересно не только тем, что он нашел факт, но и своим мнением по поводу этого факта, умением сопоставить, проанализировать, высказать самостоятельную точку зрения» [2: 72]. Представляя свою позицию, автор публицистического текста стремится заслужить доверие аудитории, добиться того, чтобы к нему прислушались, приняли его аргументы, для этого он должен быть «виден» публике. Но, занимая ведущее положение в цепочке автор-аудитория, публицист не должен «навязывать» свое мнение, его размышления не обязательно должны быть демонстративными.

Доверительные отношения устанавливаются в ходе диалога. Публицист беседует со своим читателем, делится своим опытом и ждет реакции от слушателя – в этом и проявляется обратная связь с аудиторией. «Прикосновение автора к историческому факту, даже косвенная к нему причастность обуславливают высокую степень доверия читателя и способствуют освоению общего замысла произведения», – так определяет М.И. Стюфляева один из секретов необыкновенной силы документалистики [7: 77].

Впрочем, следует признать, что «прикосновение автора к историческому факту» очень часто оборачивается созданием мифов. Публицист, как правило, напрямую обращается к читателю, в его тексте присутствует «демонстративность» проблемы, благодаря которой аудитория легко определяет главную идею, что не исключает и скрытых форм выражения авторской точки зрения, когда автор сознательно предлагает внешне нейтраль-

ное повествование, заставляющее аудиторию самостоятельно искать правильное решение проблемы. В фельетоне же точка зрения автора закодирована более сложно – системой комического иносказания.

Публицистический текст всегда направлен на установление коммуникационного контакта, с этим связана и специфика функционирования – его интерактивность, то есть целевая направленность на обратную связь с аудиторией. Е.П. Прохоров подчеркивает важность контактов автора с аудиторией: «Игнорировать роль обратной связи в публицистическом процессе нельзя» [8: 264].

Об особом значении обратной связи для средств массовой информации говорит М.Н. Володина, отмечая при этом непосредственную связь интерактивности с понятием диалогичность, а стремление СМИ к установлению максимально контактных диалоговых отношений со своей аудиторией исследовательница рассматривает как жизненно необходимое для них условие функционирования в обществе [9: 42]. Диалогичность предполагает в публицистическом тексте апелляцию к аудитории в виде прямого или косвенного обращения к ней. Для прямого проявления диалогичности характерны вводные конструкции, риторические вопросы, отождествление адресанта и адресата («А вот если, например, мы все перестанем заниматься собственным телом...»); «Мы им предоставили жить своей жизнью...»; «Мы про что все больше думаем?») и проч.

Но диалогичность проявляется и скрыто – в подразумевании реакции аудитории, в предугадывании ее точки зрения, в опережающих ответах на ее возможные вопросы. В корреспонденции Александра Андрухина «Боинг» плюхнулся на бетон и заскрежетал» рассказывается об инциденте, случившемся в калининградском аэропорту: Боинг-737-300, летевший из Барселоны, сел на брюхо из-за поломки заднего шасси.

Автор бесстрастно описывает слу-

чившееся. Он приводит рассказ очевидца – пассажирки этого лайнера Жанны Мейлер: *«В ту секунду, когда колеса уже должны были коснуться взлетной полосы, самолет с грохотом плюхнулся на бетон и заскрежетал. Запахло гарью». «Никто из пассажиров не пострадал, – сказали «Известиям» в Росавиации. – А самолет получил значительные повреждения». И заключительный аккорд корреспонденции: «От каких-либо комментариев по поводу инцидента в авиакомпании «КД-Авиа», которой принадлежит самолет, отказались. Но, как выяснили «Известия», там и раньше случались инциденты. В 2005 году Ространснадзор даже временно отбирал у нее лицензию».*

(Известия. 2008. 3 окт.)

Приглашение к диалогу здесь очевидно. Ибо бесстрастное изложение событий автором корреспонденции рождает вопросы: почему Росавиа приобретает самолеты, для которых происшествие – нормальное дело (вспомним авиакатастрофу в Перми). Далее: если Боинги сами по себе машины качественные, то почему с ними постоянно что-то происходит; кто виноват – пилоты или авиатехники. И самый последний вопрос: почему в последнее время так часто случаются авиакатастрофы в нашей стране, может, в самой работе част-

ных авиакомпаний есть какие-то изъяны?

И интерактивность, и диалогичность как признаки публицистического текста отражают, прежде всего, его дискурсивную природу, которая как раз находит свое выражение в актуализации взаимоотношений автора и аудитории. Дискурсивность является особой чертой публицистических текстов, и характеризуют ее следующие признаки:

а) ситуативность (прочная связь со временем и местом высказывания);

б) социальная направленность (инициация предполагаемого в данной ситуации социального действия);

в) активизация взаимоотношений автора и аудитории;

г) активизация восприятия сообщения аудиторией (установка на инициативный отклик аудитории);

д) генерализация (наличие определенной установки автора/издателя).

За счет установки на авторское целеполагание, а также активного обращения к контексту и апелляции к другим текстам именно дискурсивность способствует поддержанию диалога между адресантом и адресатом, что позволяет относить ее к специфическим свойствам текста в публицистики.

### Примечания:

1. Ляпун С.В. Газетная публицистика в парадигме лингвистических исследований XXI в. // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2011. № 1. С. 109-115.
2. Щелкунова Е.С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации: специфика и функционирование. Воронеж: Родная речь, 2004. 189 с.
3. Прохоров Е.П. Исследуя журналистику: теоретические основы, методология, методика, техника работы исследователя СМИ. М.: РИП-Холдинг, 2006. 202 с.
4. Стюфляева М.И. Поэтика публицистики / науч. ред. В.П. Скобелев. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1975. 153 с.
5. Кайда Л.Г. Позиция автор в публицистике: стилистическая концепция // Язык современной публицистики: сб. ст. / сост. проф. Г.Я. Солганик. 2-е изд., испр. М.: Флинта: Наука, 2007. С. 58-66.
6. Чепкина Э.В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995-2000). Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000. 280 с.
7. Стюфляева М.И. Образные ресурсы публицистики. М.: Мысль, 1982. 176 с.

- 
8. Прохоров Е.П. Публицист и действительность. М.: Изд-во МГУ, 1973. 317 с.
  9. Володина М.Н. СМИ как форма «общественного диалога» // Язык современной публицистики: сб. ст. / сост. проф. Г.Я. Солганик. 2-е изд., испр. М.: Флинта: Наука, 2007. С. 31-43.

#### **References:**

1. Lyapun S.V. Newspaper publicism in a paradigm of linguistic researches of the XXI century // Bulletin of the Adyghe State University. Series «Philology and the Arts». 2011. № 1. P. 109-115.
2. Shchelkunova E.S. A publicistic text in the system of mass communication: specificity and functioning. Voronezh: Rodnaya rech, 2004. 189 pp.
3. Prokhorov E.P. Investigating journalism: theory, methodology, methods, work technique of a mass-media researcher. M.: RIP-Holding, 2006. 202 pp.
4. Styuflyayeva M.I. Publicism poetics / scient. ed. V.P. Skobelev. Voronezh: Voronezh University Publishing house, 1975. 153 pp.
5. Kaida L.G. The author's position in publicism: stylistic conception // The language of modern publicism: coll. of articles / comp. by Prof. G.Ya. Solganik. 2nd ed., corrected. M.: Flinta: Nauka, 2007. P. 58-66.
6. Chepkina E.V. Russian journalistic discourse: text-generative practice and codes (1995-2000). Ekaterinburg: Ural University Publishing house, 2000. 280 pp.
7. Styuflyayeva M.I. Figurative resources of publicism. M.: Mysl, 1982. 176 pp.
8. Prokhorov E.P. A publicist and reality. M.: MSU Publishing house, 1973. 317 pp.
9. Volodina M.N. Mass-media as the form of «public dialogue» // The language of the modern publicism: coll. of articles / comp. by Prof. G.Ya. Solganik. 2nd ed., corrected. M.: Flinta: Nauka, 2007. P. 31-43.