
УДК 81'42 : 070

ББК 81.0

Г 91

Грушевская Т.М.

Доктор филологических наук, профессор кафедры французской филологии Кубанского государственного университета, e-mail: kff-kubsu@yandex.ru

Гассий Т.И.

Доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Краснодарского государственного университета культуры и искусств, e-mail: kff-kubsu@yandex.ru

Политический газетный текст через призму маркеров субъектности (Рецензирована)

Аннотация:

Рассмотрены интерактивные отношения между звеньями коммуникативной цепочки (говорящий - слушающий). Представлена универсальная схема организации информации политического газетного текста. Выделены и описаны маркеры реализации субъектности в политическом газетном тексте. Установлено, что использование языковых средств определяется во многом их социально-оценочными качествами и возможностями с точки зрения эффективного и целеустремлённого воздействия на массовую аудиторию.

Ключевые слова:

Текст, маркеры субъектности, информация, дискурс, манипулирование, новости, адресат, процесс коммуникации, логико-композиционная структура, текст.

Grushevskaya T.M.

Doctor of Philology, Professor of French Philology Department, Kuban State University, e-mail: kff-kubsu@yandex.ru

Gassiy T.I.

Associate Professor of Linguistics and Cross-Cultural Communication Department, Krasnodar State University of Culture and Arts, e-mail: kff-kubsu@yandex.ru

The political newspaper text through a prism of subjectness markers

Abstract:

The paper examines the interactive relations between links of a communicative chain (the speaking - listening). The universal scheme of the organization of political newspaper text information is presented. The authors allocate and describe markers of subjectness realization in the political newspaper text. It is established that use of language means is defined in many respects by their social and estimated qualities and by opportunities from the point of view of effective and purposeful impact on mass audience.

Keywords:

Text, subjectness markers, information, discourse, manipulation, news, addressee, communication process, logic-composition structure, text.

Субъектность (авторизация) в рамках политической газетной коммуникации представляет собой категоризацию образа личности [1], создавшей определённый текстовый материал с презентацией того или иного политического события. Обозначенная категория – это многоплановый языковой феномен, обладающий как общими, так и специфическими характеристиками. Первые (общие) регламентируют тип и жанр текста, определяют его архитектурно-системность и управляют выбором языковых средств. Вторые (специфические) конституируют прагматическую обусловленность данного текстового пространства и реализуют политико-идеологическое мировоззрение и нравственную позицию коммуникатора. Иными словами, политический газетный текст как «язык в действии» представляет собой авторский поток сознания, выраженный в языковой форме» [2: 12]. Основными маркерами реализации субъектности в политическом газетном тексте являются:

- 1) *определённый тип текста (новостной текст)*, составляющий центральную часть информационного потока в любом типе средств массовой коммуникации;
- 2) *логико-композиционная структура текста*, представляющая собой прагматическое разделение текстового поля на определённые части, внутренне связанные между собой;
- 3) *средства и приёмы манипулирования общественным сознанием в социально-ориентированном общении.*

Выделенные маркеры субъектности тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены. Первым маркером является новостной характер политического газетного текста как базового текста массовой информации. Данный тип текста отличается определённым форматом, под которым понимается устойчивое соотношение формальных признаков текста и компонентов его содержания. Новости наиболее полно реализуют одну из главных функций массовой коммуникации – ин-

формативную. Вместе с тем, политические новости характеризуются стремлением авторов к воздействию на читателя «не эмоционально, а рационально: доводы журналиста, анализирующего то или иное событие, преподносятся через сложные цепи логических рассуждений и с помощью строго отобранных речевых средств» [3: 142]. Значение новостных текстов в общем потоке информации усиливается благодаря их высокой повторяемости и воспроизводимости. Халанская А.А. отмечает, что «в силу особой организации процесса массовой коммуникации, участниками которого являются информационные агентства, общественные институты и отдельные СМИ, сообщение об одном и том же событии распространяется одновременно по многочисленным каналам в огромном количестве вариантов. Таким образом, основное сообщение, или «новость», существующая в виде инварианта, реализуется в широком спектре вариантов – конкретных новостных текстах» [4: 18].

Вторым маркером субъектности является логико-композиционная структура текста, представляющая собой определённую организацию построения представляемой политической информации, при которой текстовое поле разделено на несколько частей (заголовков, вводная часть /зачин, основная часть, заключение), каждая из которых выполняет свою определённую функцию в представлении актуального события общественно-политической жизни. Все части структурно и семантически согласованы друг с другом и обладают общим прагматическим признаком, состоящим в стремлении к максимальной эффективности воздействия на читателя.

В корпусе всего газетного текста наиболее выделяется заголовок как особая лингвистическая единица, призванная в броской и краткой форме предупредить читателя о содержании статьи, облегчая тем самым её восприятие. Наличие у газетных заголовков собственных прагмати-

ческих задач представляет их как системно организованные лингвистические единицы, создающие в совокупности особый уровень текста газеты. Значение и форма заголовка подчиняются соотношению денотативных и коннотативных элементов предваряемого текста. Особой прагматической особенностью газетного заголовка является то, что личность автора статьи (журналиста) в нём выражена значительно ярче, чем в тексте самой газетной статьи. Основные функции заголовков (информативная, побудительная, назывная) делают их характерной чертой краткости и экспрессивности лексических и грамматических составляющих их средств.

Остальные части газетной статьи (вводная часть/зачин, основная часть, заключение) в жанре новостного представления информации не выделяются в отдельные, как заголовок, сегменты. Нередко весь информационный материал представлен в виде единого (один абзац) текстового пространства, в котором роль зачина и заключения выполняют первая и последняя фразы. Первая фраза создаёт основу для дальнейшей логической связности текста, вводя представленную в краткой форме в заголовке определённую информацию. Последняя фраза подводит итог уже представленной информации, логически вытекая из неё. Находящийся между зачином и заключением информационный материал эксплицирует и конкретизирует основную тему текста, помогая реципиенту правильно сориентироваться в предлагаемой информации.

Таким образом, универсальная схема организации представляемой в статье политической информации с заложенной в ней социально-политической оценкой описываемого события представляет собой особый маркер субъектности, раскрывающий психологию, интеллект и эмоциональную типологию личности его автора, который должен посредством общеизвестной логико-композиционной рамки сделать представляемый им информаци-

онный материал интересным, глубоким и выражающим цели и задачи того газетного издания, в котором он опубликован.

Третьим маркером субъектности являются языковые средства и приёмы манипулирования сознанием аудитории. Общеизвестно, что язык сам по себе не носит классового характера, но употребление, использование его часто оказывается подчинённым определённым политическим целям. Использование языковых средств определяется во многом их социально-оценочными качествами и возможностями с точки зрения эффективного и целеустремлённого воздействия на массовую аудиторию.

Сущность оценочности в слове заключается в выражении отношения говорящего (пишущего) к тому, о чём сообщается в речи. И именно здесь, в выражении отношения говорящего к предмету высказывания (в нашем случае это определённое событие), а опосредованно – и к языковым знакам, обозначающим это событие, обнаруживается важная социально-прагматическая роль категории оценочности. Реализация социальной оценочности осуществляется посредством целенаправленности словообразования, преднамеренности в формировании и переформировании понятийного содержания слова или словосочетания с целью создания того семантического потенциала, который должна разделить аудитория и который предназначен для социально-психологического воздействия на неё через внушение, убеждение и особенно эмоциональное «вовлечение».

В социально ориентированном общении, каким является политическая газетная коммуникация, основными приёмами политико-идеологического воздействия на массовую аудиторию являются следующие средства, широко практикуемые в политической газетной коммуникации [4]:

1. *Приём инсценирования события* (привлечение внимания аудитории к событию, не имеющему важной социально-политической значимости).

-
2. *Приём фабрикации псевдособытия* (использование в газетном материале прямой лжи).
 3. *Приём внушения* (косвенное направление аудитории к «самостоятельному» формированию идеи, мысли, представления).
 4. *Приём разнообразия* (различное оформление одной идеи).
 5. *Приём акцентирования* (настойчивое повторение идеи).
 6. *Приём конкретизации* (разработка и детализация идеи).
 7. *Приём интимизации* (создание атмосферы контакта, близости и доверия).
 8. *Приём драматизирования* (преднамеренное сгущение красок).
 9. *Приём уклончивости* (вкладывание в информацию расплывчатого смысла).
 10. *Приём драматизированного противопоставления* (произвольное противопоставление понятий, лиц, событий) т.д.
- Обозначенные приёмы позволяют коммуникатору манипулировать сознанием аудитории, направляя её внимание в необходимом ракурсе рассмотрения представляемой информации [6]. Каждый из приёмов характеризует в определённом смысле автора материала и имеет личностную модификацию.

Примечания:

1. Грушевская Т.М., Фанян Н.Ю. Модулярный подход к анализу текста/дискурса: вклад Женевской лингвистической школы // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2012. Вып. 2. С. 190-194.
2. Новиков Л.А. Художественный текст и его анализ. М.: Высш. шк., 1988. 304 с.
3. Зернецкая О.В. Новостийные медиа в политическом дискурсе // Методология исследования политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Минск, 2000. Вып. 2. С. 137-145.
4. Халанская А.А. Лингвистика текстов политических новостей в аспекте коммуникативных и манипулятивных стратегий: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2006. 175 с.
5. Стриженко А.А. Роль и средства социально-ориентированного общения в буржуазной пропаганде. Барнаул, 1982. - 300 с.
6. Wierzbicka A. *Lingua Mentalis. The semantics of natural language.* Sydney; N. Y.: Academic Press, 1980. 367 p.

References:

1. Grushevskaya T.M., Fanyan N.Yu. Modular approach to the text/discourse analysis: contribution of the Geneva linguistic school // The Bulletin of the Adyge State University. Series «Philology and the Arts». 2012. Issue 2. P. 190-194.
2. Novikov L.A. A literary text and its analysis. M.: Vyssh. shk. 1988. 304 pp.
3. Zernetskaya O.V. News media in the political discourse // Methodology of the political discourse research: actual problems of the content analysis of socio-political texts. Minsk, 2000. Issue 2. P. 137-145.
4. Khalanskaya A.A. Linguistics of political news texts in the aspect of communicative and manipulative strategies: Diss. for the Cand. of Philology degree. Krasnodar, 2006. 175 pp.
5. Strizhenko A.A. The role and means of socially-oriented communication in the bourgeois propaganda. Barnaul, 1982. 300 pp.
6. Wierzbicka A. *Lingua Mentalis. The semantics of natural language.* Sydney; N.Y.: Academic Press, 1980. 367 pp.