

■ ■ ■ Социально-антропологические особенности публицистического дискурса в контексте медийных коммуникаций

Хасавов А.Д.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В статье выдвигаются авторские гипотезы о жанровой природе современного публицистического текста, который в реалиях времени воплощается в медиаформате, соответствуя коммуникативным условиям «новых медиа». Формы функционирования современного публицистического дискурса предполагают актуальные коммуникативные изменения восприятия социальными слоями и группами журналистской публицистики, что влечёт за собой изменения в подходах к определению жанровой природы текста в теоретической журналистике. Подробно рассматривается история трансформации жанровой классификации медиадискурса и анализируются три типа журналистского дискурса: новостной, аналитический и публицистический, предлагается обобщённая характеристика их социально-коммуникативного воздействия. Пристальное внимание уделяется коммуникативным особенностям художественно-публицистического текста, проводится сравнительный анализ публицистического и художественного текстов; этот вопрос остаётся открытым как в теории литературы, так и в теории журналистики. Здесь предлагается разрешить научный спор посредством анализа влияния тех или иных текстов на коммуникативные процессы социума, делается вывод об антропологической общности литературы и публицистики, выводятся аспекты разности коммуникативного влияния.

Ключевые слова: публицистический текст, коммуникативное воздействие, антропологические особенности, жанры журналистики, новостной текст, аналитический текст, публицистический текст, гражданская журналистика, авторское начало в социальных коммуникациях

Для цитирования: Хасавов А.Д. Социально-антропологические особенности публицистического дискурса в контексте медийных коммуникаций // *Коммуникология*. 2019. Том 7. №2. С. 67–82. DOI 10.21453 / 2311-3065-2019-7-2-67-82.

Сведения об авторе: Хасавов Арслан Дагирович, аспирант кафедры деловой и политической журналистики факультета журналистики Института государственной службы и управления РАНХиГС по направлению подготовки «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» (42.06.01). Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, д. 84. E-mail: arslan.khasavov@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 16.04.2019. *Принята к печати:* 02.06.2019.

Проблема жанровой классификации современного медиатекста

Характер современного дискурса в публицистике все сложнее поддается жанровой и стилистической классификации, поэтому в настоящее время почти к любому публицистическому тексту применимо слово «медиатекст», за се-

мантикой которого скрывается определение, подходящее для любого корпусного текста, реализованного и распространенного в СМИ. Исследователь В.Ю. Варзапова, практикующая на базе Тихоокеанского государственного университета считает, что лексема «медiateкст» «позволяет объединить такие разноплановые понятия, как газетная статья, телевизионные новости, радиопередачи и другие продукты средств массовой информации» [Варзапова: 3]. Следовательно, начиная анализ публицистического текста в реалиях современного состояния филологических, лингвистических и журналистских теорий, вполне допустимо уравнивать термины «публицистика» и «медiateкст», подразумевая, что семантика обоих слов подразумевает и рассуждения о журналистском тексте, и о тексте массмедийного источника, и о публицистическом корпусе газетного, телевизионного, радиального или интернет-формата.

Проблема классификации современного медiateкста касается определения функциональной принадлежности и жанровой особенности каждого словесного корпуса (текста).

Обращаясь к истории вопроса развития публицистического жанра, стоит отметить, что изучение теории текста в российской науке традиционно связывается с исследованиями В.В. Виноградова¹, которые начались более полувека назад: во второй половине XX века – и были в последней трети прошлого столетия продолжены М.М. Бахтиным². Это первые подходы к определению функциональной стилистики текста как акта речи, которая имеет свой лингвистически маркированный стиль, связанный также с композицией текста, его архитектурой (конструктивными особенностями) и индивидуальными проявлениями в синтаксисе, – такое обобщение дается в последней трети XX века в трудах Л.Г. Кайда [Кайда:93]. Именно в этот исторический период исследования теории текста российские ученые вырабатывают единое мнение: жанровая и стилистическая природа текста тесно связана с его функцией; В.В.Виноградов разрабатывает стройную классификацию воздействия текста на аудиторию и выделяет в этом влиянии функцию общения (коммуникативную), функцию сообщения («газетную») и функцию воздействия (собственно-публицистическую) [Виноградов:254].

В эти же годы в истории западной научной мысли по классификации публицистических текстов зарождается понятие о медiateксте, где принцип деления на жанры следующий: новости (news texts), информационная аналитика (comments

¹ Виктор Владимирович Виноградов – русский литературовед, лингвист-русист и лексиколог. Академик АН СССР, доктор филологических наук. Главный редактор журнала «Вопросы языкознания» (1952-69) [эл. ресурс]: <https://www.livelib.ru/author/160825-viktor-vinogradov> (дата обращения: 17.02.2019).

² Михаил Михайлович Бахтин – русский философ и русский мыслитель, теоретик европейской культуры и искусства. Исследователь языка, эпических форм повествования и жанра европейского романа. Создатель новой теории европейского романа, в том числе концепции полифонизма (многоголосия) в литературном произведении. [эл. ресурс]: <https://www.livelib.ru/author/233357-mihail-bahtin> (дата обращения: 17.02.2019).

and editorials) и собственно публицистика (features)¹. Данная классификация также не является универсальной, потому что в сущности своей любой из названных жанров медиатекстов относится к публицистическим: направлен на формирование мнения социума, на манипулирование массовым сознанием. Но на сегодняшний день и в российской науке также не существуют общих методов классификации текста по его жанровой принадлежности.

Медиатексты с точки зрения жанровой принадлежности в последней трети XX века рассматривали такие отечественные теоретики публицистики, как Брандес О.П. и Солганик Г.Я., Тертычный А.А. и Тер-Минасова С.Г., а также многие другие авторитетные исследователи; работа осуществлялась, в основном, на кафедрах факультета журналистики МГУ. Стоит заметить, что исследование вопроса жанровой природы медиатекстов, даже в эпоху зарождения «новых медиа», не завершено: нет чётких и однозначных границ жанров в журналистике и публицистике; не замечено существенного продвижения в решении данной проблемы по сравнению с общелингвистическим исследованием жанра. Также можно сделать вывод, что те признаки, которые в зарубежных исследованиях характеризуются как «тип текста» (см. выше), в отечественной научной мысли называются «жанр журналистики», где к информационным относят печатную корреспонденцию, актуальную заметку, отчет по информационному поводу, интервью, дающее новостные факты, блиц-беседу, актуальный репортаж; аналитическими текстами считают отчёты и беседы с узкими специалистами, комментарии информационного повода, эссе и рецензирование; также российские ученые выделяют художественные жанры в публицистике (очерки, пародии, каламбуры и комментарии), что вызывает принципиальные теоретические разногласия².

Возможно, в современной теории публицистики для начала необходимо выработать основные принципы описания жанровой природы медиатекста, как это предлагала исследователь Н.И. Клушина, решившая взять за основу метод интенции: проинформировать разными способами; метод композиционного построения, архитектоники, в котором важен образ автор; метод модальности (личностная или общественная позиция), метод оценки события [Клушина: 269-289]. Но, пока универсальные принципы определения публицистических жанров не выделены, теоретикам и практикам медиатекста приходится ориентироваться самостоятельно даже в количестве жанров журналистики: их в настоящее время насчитывается от тридцати пяти до четырёхсот³; при этом надо учитывать диффузию жанров, важность для публициста донесения темы, а не стремление к точному соответствию жанра [Солганик: 232].

¹ Цит. по: Варзапова В.Ю., К вопросу о функционально-жанровой классификации медиатекстов в современной прессе // Сборник научных трудов «Язык как структура и социальная практика». ТОГУ, Хабаровск, 2017. С. 3-11.

² Жанры представлены с опорой на труды А.А. Тертычного; см.: Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А.А. Тертычный. М.: Аспект-Пресс, 2002.

³ Там же.

Трудности составления точного реестра жанров медиадискурса связаны еще и с тем, что современные публицисты не стремятся «привязать» его к стилистике текста: речь современного журналиста настолько подвижна и многообразна, что в одном и том же тексте (а они в реалиях развития цифровой публицистики всё чаще имеют устную подачу) могут сталкиваться лексемы различной стилистической маркировки. О принципиальной невозможности жанровой устойчивости говорит, в частности, в своих исследованиях Т.Г. Добросклонская [Добросклонская: 288]. В связи с этим стоит принять мнение большинства отечественных исследователей, которые предлагают выделить три основных жанра современного медиатекста: жанр, подающий общую информацию (информационные разновидности публицистического текста), жанр аналитики (исследовательские статьи) и собственно-публицистический жанр (текст с вкраплениями принципов создания художественного произведения).

Характеристика коммуникативных особенностей трёх основных жанров журналистского текста: информационного, аналитического и публицистического

Действительно, эти три жанра радикально отличаются как по цели создания медиатекста, так и по способу организации публицистической речи.

Так, не случайно к информационному жанру принято относить новостной материал, сообщение фактов, еще не известных той целевой аудитории, для которой тексты в этом жанре создаются. Информационный медиатекст в реалиях современности реализует основной функционал журналистской деятельности: профессия призвана находить и освещать новостные информационные поводы. Информационный жанр за столетия своей реализации в деле распространения сведений о социальных, исторических и научных изменениях общества и окружающей действительности, приобрёл одну из наиболее устойчивых традиционных композиционных структур и способов построения текстов заданной направленности. К информационному жанру применимо довольно строгое определение, в котором он представлен как функционер информирования о наиболее важных событиях, вписывающихся в контекст реальной действительности и создающий в социуме развивающуюся картину мира¹. Наиважнейшей практической функцией информационного жанра служит донесение объективной информации, сообщение о новостном событии; но это не единственный функционал информационного медиатекста: воздействие информации на широкие массы с целью формирования или переформирования общественного мнения по-прежнему остаётся важнейшим делом публицистики вообще.

Воздействующая функция новостного материала также основательно доказывается в исследованиях Д.Б. Измаиляна, где утверждается, что актуаль-

¹ См., например: Шимелина, Ю.В. Лингвокогнитивные аспекты аналитических газетных текстов (на материале британской качественной прессы): дис. ... канд. фи- лол. наук / Ю.В. Шимелина. Архангельск, 2008.

ное освещение событий формирует общественное мнение при помощи скрытых (имплицитных и фрейминговых) способов воздействия на аудиторию, «без явной экспрессивно-эмоциональной окрашенности лингвомедийных средств, характерной для аналитических и публицистических текстов» [Измайлян: 13].

Для информационного жанра также крайне важен такой аспект текста как «новостная ценность», под которым подразумевается сиюминутность события, важность этого события для общественного сознания, мощное психологическое воздействие на аудиторию (вплоть до потрясения), важность для дальнейшего морального или экономического потенциала общественного развития, конфликтная острота, динамичное описание новостных событий. Все эти признаки – неременная составляющая информационного жанра.

Информационный жанр имеет также свои традиции размещения в ленте медиатекстов (передовица) и объёма (информация умещается на экран компьютера и охватывается взглядом полностью, без «листания»).

Известный всем журналистам публицистический закон «перевернутой пирамиды», описанный Ван Дейком¹, где важная, но небольшая по объёму информация располагается в начале текста, а мелкие незначительные подробности, требующие развёрнутых пояснений и примеров – в конце, является ярким признаком новостного текста, который подаётся в форме информационного жанра. Кроме того, информационный жанр узнаваем по тому, насколько много в нём стилистически маркированных слов, газетных штампов и публицистических терминов. Цитат, ссылок, обращений к источникам информации («как сообщает...», «по сообщению...» и т.д.) и авторитетным мнениям («по мнению...», «как считает...»). Клишированность газетных новостных текстов исследователи делят на три вида: «клише, узуально-клишированные и устойчивые коннотации», а также полагаются, что «для новостного текста характерно использование словосочетаний, маркированных в плане категории культуроспецифичности, которые служат в основном для обозначения реалий и категории идеологической модальности, что придает тексту мировоззренческий оттенок» [Варзапова: 10].

Таким образом, информационный жанр, к которому, как правило, тяготеет новостной текст, является наиболее устойчивым газетным типом текста, который сохраняет свои явные и устойчивые признаки в условиях формирования жанровой системы современного медиатекста.

Аналитический жанр в публицистике всегда применялся наряду с общеинформационным, но этот же жанр призван создавать и научную словесность. Аналитика воплощается чаще всего в такой разновидности медиатекста, как статья, которая является особым текстовым корпусом, где истолковываются произошедшие события с точки зрения политики и экономики, нравственно-

¹ Т.А. Ван Дейк – профессор Амстердамского университета, автор 32 книг, монографий и около 200 статей по вопросам дискурса и дискурс-анализа, многие из которых уже стали классическими [эл. ресурс]: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm> (дата обращения: 24.02.2019).

сти и целесообразности; но и при этом формирование общественного мнения остаётся главной задачей пишущего журналиста. Аналитический жанр в условиях цифрового медиатекста расширил свои границы за счет возможности мгновенной публикации комментариев, что делает анализ событий более глубоким и разносторонним.

Не все исследователи выносят аналитику в отдельный жанр; исследователь М.Ю. Глазкова пишет: «Данный тип медиатекста можно определить как жанровую разновидность публицистического стиля речи, характеризующуюся проникновением в суть явлений, выяснением скрытых взаимосвязей предмета отображения, убеждением читателя, воздействием на читателя посредством анализа фактов и явлений действительности» [Глазков: 38]. Можно обобщить, что аналитический жанр представляет актуальную новостную информацию, где каждое событие подвергается подробному разбору происходящих в нём процессов, а сам текст состоит из сообщаемой и комментирующей частей. Учёные полагают, что для этого жанра крайне важно разграничение объективного освещения событий и их оценки, что является показателем так называемой «качественной журналистики», основным признаком которой является непредвзятая объективность [Добросклонская: 93]. При этом нельзя не согласиться и с мнением исследовательницы М.С. Кардумян, которая утверждает, что медийный анализ является признаком дискурса медиа как жанра в самом общем смысле, что неаналитического журналистского дискурса не существует; и с этой точки зрения между публицистикой в широком смысле слова и аналитическим медиатекстом вполне возможно поставить знак равенства [Кардумян:64]. Если исходить из того постулата, что журналистика призвана в своём итоговом функционале менять убеждения аудитории, внушать ей эти убеждения и формировать их, то при помощи аналитического текста это можно сдать с гораздо большим успехом, чем при помощи новостного: в аналитике личность публициста, его идеологические убеждения, его мнение относительно анализируемого вопроса выражается гораздо яснее и однозначнее. Теоретики полагают, что «информационно-аналитические тексты призваны ответить на вопросы: “что (кто) действительно?”, “при каких обстоятельствах?”, “почему?”, “кому выгодно?”, “какова ситуация?”, “что делать?”, “как лучше?”, “какие существуют различия/ противоречия?” и т.д.» [Варзапова: 8], но не в этом ли задача журнализма как социально-формирующего явления вообще?

Так что же формирует жанровую природу публицистического текста? Слова (то есть, лингвистический уровень), грамматика (синтаксический уровень) или логика построения текста? Здесь целесообразно выработать два подхода определения жанра журналистики: лингвистический и надлингвистический, не относящийся к общей филологии, в принципе. Разумеется, наличие или отсутствие литературных тропов, наличие или отсутствие стилистически маркированных слов в тексте, то есть лингвистический строй текста, во многом определяет жанровую принадлежность, но внелингвистические посылы: психологическое и информационное влияние на социум, в основе которого лежит аргументативная

логика, и которое является самоцелью создания медиатекста, – в первую очередь должны определять жанровую природу публицистики.

И аналитика, и «публицистика» в общем понимании этого термина основываются на аналитических приёмах, то есть, при помощи аргументов доказывают или иллюстрируют заявленный тезис, защищают авторскую точку зрения. Следовательно, аналитический элемент публицистики предполагает наличие более-менее эмоциональной авторской позиции, без которой невозможно привлечь читателя на сторону своей общественной, идеологической и идеальной позиции. Поэтому верна точка тех специалистов по обсуждаемому вопросу, что привлечение читателя к занятию единой идеологической, общественно-политической или общекультурной позиции с автором – первейшая задача аналитического журналистского дискурса¹.

Что касается лингвистического или даже художественно-литературного аспекта, то в аналитическом тексте возможно выделить наличие таких филологических средств, какие, например, предлагаются Т.Г. Добросклонской [Добросклонская: 123]: слова с положительной и отрицательной оценочностью, использование модальной публицистической лексики, использование литературной тропики (метафоры, эпитеты, сравнения, синекдохи, оксюмороны и т.д.), использование риторических художественных фигур (инверсии, риторические фразы, параллелизм и пр.).

Из сказанного по поводу аналитического жанра (или, по другой классификации, типа) медиатекста можно вывести, что в нем непременно присутствует анализ новостного события, четко определена личность автора и его общественная позиция, в наличии элементы логической аргументации, присущи оценочная эмоциональность и экспрессия.

Также следует уточнить, что и новостной, и аналитический жанры (типы) являются разновидностями публицистики.

Но у публицистического жанра есть и наиболее близкий к собственно-публицистическому стилистическому типу: это художественно-публицистический медиатекст журналистского дискурса. Тексты подобного рода традиционно исследуются в литературоведении с точки зрения теории литературы, поэтому в теоретической журналистике данному жанру уделяется недостаточно внимания как в российской, так и в зарубежной науке, где тексты подобного рода определяются словом «features» (имеющий специфические особенности). С недавних пор к текстам подобного рода в американском и западном журналистоведении стал применяться термин «гонзо-журналистика». В текстах подобного рода на первое место выдвигается значимость темы, а не новость как таковая или её анализ. Эта тема должна быть из разряда тех, что вызывает интерес у широких слоёв социума, и для интересующихся данной тематикой важно авторитетное

¹ См.: Ушникова, О.В. Лингвопрагматические и социокультурные особенности газетных текстов британской прессы: дис. ... канд. филол. наук / О.В. Ушникова. СПб., 2003. Стр.30-31

мнение создателя медиатекста, что придаёт дискурсу, по мнению Добросклонской, особую занимательности, рекреативность, некую «очеловеченность» возникшей общественной ситуации [Добросклонская: 123].

Коммуникативные особенности художественно-публицистического текста

В традициях отечественной теоретической журналистики понимание собственно-публицистического стиля текста связывается с такими жанрами текста как авторская статья, предполагающая наличие художественного образа, портретный или путевой очерк, колумнистика, горячая новость, поданная эмоционально. В определениях зарубежной теории журналистики (англо-русский словарь СМИ) к названным жанрам добавляется лексема «занимательная»¹ [Минаева, Морозов: 57]. Общее в отечественном и зарубежном определении текста является тяготение к определённым тематикам, требования к формату, наличие стилистически маркированных «публицистических» слов; очевидно, что к этим критериям стоит добавить такой существенный жанровый признак собственно-публицистического стиля, как создание автором микро-, макро- или мега-образа художественного порядка, к каковым даже может относиться систематическое и целенаправленное употребление литературной тропики. Некоторые ученые добавляют к признакам публицистического жанра такой аспект, как наличие беллетризованности, тяготеющий к методу создания эссе: текст познавательного характера через занимательность и развлекательность с описанием частного случая по заданной ситуации (пример-иллюстрация), который, по сути является художественным макро-образом текста [Смотров: 35].

Основная цель написания художественно-публицистического текста журналистом, публицистом или литератором – сделать сообщение по задуманной теме с применением инструментария психологического и эстетического воздействия, которого невозможно достигнуть без художественной составляющей произведения.

В реалиях нынешнего времени в современных медиатекстах происходит активное смешение стилей и жанров, что пока не является основанием для отмены анализа жанровых признаков текста: даже в модифицированном виде жанровая составляющая текстового корпуса может быть исследована. И в художественно-публицистических текстах анализу, прежде всего, должен подвергаться особый язык произведения, а также его психолингвистическое влияние на читателя.

Итак, можно остановиться на выводе, что в среде современных медиатекстов различны три основных жанра: информационный (новостной), аналитический и художественно-публицистический.

Исследование последнего жанра в названном ряду является одной из задач данной работы, поскольку вопрос определения жанровой типологии публици-

¹ Минаева Л.В. Роль речевой коммуникации в создании имиджа / Л.В. Минаева, А.Ю. Морозов // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2000. № 1. С. 57.

стики в эпоху анализируемых в следующих разделах диссертации текстов являлся дискуссионным. Поэтому следует определиться с такими аспектами, как роль личности автора в публицистике, наличие мифологем в публицистических корпусах, выявить элементы манипулирования общественным сознанием через публицистические материалы, определить роль историзма в данном жанре.

Дискурсивный характер публицистического текста впервые определил М.М. Бахтин¹, который рассматривал его как образное отражение действительности с различных точек зрения [Бахтин: 9-12].

Публицистика, как и вся журналистика в общем, создаёт в сознании социума картину мира, показывая окружающую действительность законченными художественными фрагментами, стремясь следовать новостным событиям, но успевая переосмысливать эти картины и доносить до потребителя сущность своего переосмысления. С точки зрения наличия художественности многие авторы приближают публицистику к жанру художественной литературы, потому что основные характерные черты публицистика сохраняет на протяжении двух столетий русской словесной действительности; при этом в процессе смены экономических формаций внутри жанра происходят и некоторые характерные изменения.

В приведенном выше анализе публицистика рассматривается как один из жанров журналистики. Но так ли это очевидно? Говоря о типологии и внутренней сущности публицистики, одни авторы говорят, что это жанр словесности, другие называют публицистику родом литературы, а некоторые считают разновидностью журналистики, политического дискурса или методом подачи актуальной новости.

Обратимся к словарям, в которых так или иначе трактуется общеупотребительное понятие «публицистика». В «Словаре русского языка» С.И. Ожегова, Д.Н. Ушакова, С.А. Иванникова выражено примерно одно определение: «Публицистика – это литература по общественно-политическим вопросам современности» [Ожегов: 506], «Публицистика – это вид литературы, посвященный злободневным общественно-политическим вопросам современности» [Ушаков: 873], «Публицистика – это общественно-политическая литература на современные актуальные темы» [Иванников: 813]. Во всех определениях фигурируют такие лексемы, как «современность (актуальность)» и «политика». В этих трактовках, выведенных почти единодушно в науке XX века, речь идет о своевременности и злободневности публицистических текстов, что противоречит реалиям: многие публицистические статьи и материалы не утрачивают своей актуальности на протяжении многих десятилетий, а то и столетий. Публицистический дискурс, который изучается в теоретической журналистике XXI века может апеллировать и к современным событиям, и к далекой истории, и к прогнозам развития общества, политики и экономики. Спорной является и строго политическая

¹ Михаил Михайлович Бахтин (5 [17] ноября 1895, Орёл — 7 марта 1975, Москва) — русский философ, культуролог, теоретик европейской культуры и искусства. Исследователь языка, эпических форм повествования и жанра европейского романа.

направленность публицистики. Еще Аристотель писал: «Государство принадлежит к тому, что существует по природе, и человек по природе своей есть существо политическое...» [Аристотель: 7]. Вообще понятие «государство» философ отождествляет с понятием «политическое общение», являющееся наиболее важным из всех видов общения, так как оно существует ради достижения общего для всех граждан блага. Разумеется, нельзя отрицать мнение Аристотеля, что социальный человек не может быть внеполитическим, но внутренние духовные и антропологические законы человеческого сознания также успешно изучаются и описываются в публицистических трактатах.

Таким образом, вопрос о том, является ли публицистика частью журналистики или частью художественной литературы, – тоже довольно дискуссионный. В недалеком ещё XX веке «Большая советская энциклопедия» рассматривала публицистику как «особый вид литературных произведений»; как «вид литературы» [Инджиев:213]. «Толковый словарь» А.Н. Булыко [Булыко: 387] также говорит о публицистике как роде литературы; так же определяет ее и Г. Боров в «Словаре литературных терминов» [Боров]. И тот факт, что российские писатели, художники слова, в своём творчестве неоднократно обращались к публицистике не даёт основания причислять последнюю к разновидности художественной литературы. Не случайно на протяжении всего становления и теории литературы, и теории текста, и теории общей словесности и современная теория журналистики рассматривает отдельные тексты крупнейших писателей России – романистов, драматургов, поэтов: А.С. Пушкина, И.С. Тургенева, М. Горького и многих других – как публицистические, отделяя их от художественного творчества авторов. Современные жанровые трактовки журналистских текстов в корне расходятся с мнением специалистов XX века, поскольку однозначно относят публицистику к жанру или типу журналистики.

Современные исследователи относят публицистику и к сфере литературы, и к сфере журналистики одновременно. Вот некоторые определения. «Публицистика – это массовые популярные политические тексты, воздействующие на актуальные общественно-политические процессы» [Учёнова: 192], – считает исследователь В.В. Учёнова; «непосредственным политическим постижением действительности» [Черепанов: 32] объявляет публицистические тексты М.С. Черепанов; «вид творчества, отражающий общественно-политические, моральные, экономические и другие актуальные проблемы посредством научно-логических доводов и доказательств» [Похоров 2000: 286] – это мнение Е. Прохорова; «публицистика освещает вопросы политики и общественной жизни» [Скуленко: 15-16], – так полагает М.Скуленко. Во всех определениях замечается категоричное тяготение к тому, чтобы связать публицистику с тематиками социальной и политической направленности, – что, как указывалось выше, противоречит сущности некоторых публицистических трудов, в которых помимо обращения к внутреннему миру изображаемого героя есть отсылки к проблемам экологического состояния планеты, проблемы общественных взаимоотношений, затронуты вопросы контакта поколений, семейные проблемы и трудности воспитания.

Если обратиться к более новым определениям публицистики, реализуемым в теории журналистики, то актуальным представляется мнение А.Н. Тепляшиной, которая считает данный жанр «средством познания действительности, которому подвластны все темы и любые события», а публицистические тексты «осуществляют нравственный контроль за поведением членов общества, состоянием их жизненных позиций» [Тепляшина: 115-120]. Верным является и мнение А. Тертичного, который полагает, что «публицистика является интеллектуальной деятельностью, предмет которой – объективная реальность» [Тертичный: 115]. Именно с этой точки зрения можно рассматривать публицистические труды художественных литераторов XX и XXI веков, и такая традиция в русской литературе сохраняется от истоков отечественной словесности: как не вспомнить блестящую публицистику таких русских классиков, как Ф.М. Достоевский, Л.Н. Толстой, Илья Эренбург и Михаил Шолохов.

В подтверждение мнения о публицистике современных теоретиков журналистики можно рассмотреть определение Г. Солганика, который утверждает, что «главный интерес публицистики сосредоточен на социальной жизни, которая невозможна без людей, поэтому не случайно ее интересует личность как часть социума» [Солганик: 201]. Иными словами, современный ученый рассматривает публицистику в качестве «человековедения», а такой метафорой издавна характеризуют художественную литературу; такое сближение вряд ли допустимо, ведь исследовать человека во внешних и внутренних конфликтах – задача искусства; вместе с тем, антропологическую составляющую публицистической журналистики отрицать невозможно. Другой учёный – Л.Е. Кройчик – расширяет предыдущее определение указанием на необходимость отражения реальных событий, а не художественно-вымышленных, в публицистическом произведении; он пишет: «Совокупностью документальных произведений, созданных для направления деятельности людей на оптимальную реализацию определенной социальной задачи путем их убеждения в общественной полезности результатов выполнения данной задачи» [Кройчик: 11-17].

Разумеется, за предыдущую половину столетия и понимание, и технология создания публицистического текста испытывает на себе процесс модернизации, вызванные активным развитием «новых медиа», медиатекста, внедрением новых технологий в процесс функционирования журнализма. И. Засурский, Л.Е. Кройчик, А.Е. Богоявленский, З.Е. Голенкова привнесли такие термины, как постпублицистика, постмодернистская публицистика, «фастфудовская» публицистика, что говорит о непрерывной трансформации жанров журналистики вообще и публицистики в частности. Исследователь XXI века В.И. Антонова замечает проявление маргинальных форм в современной публицистике [Антонова: 12]; И. Милевич видит в ней безграничный простор для современного мифотворчества, [Милевич: 49] но многие перечисленные выше теоретики журналистики непременно подчеркивают важность авторства, первоочерёдность самовыражения авторской личности, индивидуально-творческое начало, что крайне

важно отметить в рамках тематики данного исследования. «Имя публициста становится знаком издания», – верно подмечает Л.Е. Кройчик.

Заключение

Следует отметить еще одно знаковое начало русской словесности, берущее истоки в творчестве русских драматургов XVIII-XX веков: от художественного и публицистического творчества А.П. Сумарокова до эпохальных произведений А.В. Вампилова, – речь идет о юмористическом, ироничном, саркастическом и сатирическом аспектах, непременно развивающихся во всех литературных жанрах, адаптировавшихся на «русской почве». Недаром И. Дзялошинский считает, что сейчас «публицистика приобрела насмешливо-негативный характер»¹.

Следовательно, в реалиях нынешнего времени возможно охарактеризовать публицистику как «гражданскую журналистику»: как форму текста, в котором реализуется антропологический аспект развития социума, где (как у Л.Н. Толстого) каждый исторический факт, каждое социальное явление, каждый политический или гражданский акт, имеющие место в невымышленной жизни, «объясняется человечески». Данный вывод можно подкрепить мыслью М. Липовецкого о том, что публицистика помогает «сознательному выбору аудитории средств, приемов и методов борьбы» [Липовецкий: 274], – иными словами, убеждает в правильности совершаемых действий.

Из сказанного выше напрашивается мнение о том, что нет оснований соотносить публицистику с видом, родом, типом или жанром журналистского творчества. В условиях формирования и функционирования современного медиатекста, публицистика является продуктом деятельности творческого журналиста или художественного писателя; публицистический текст обладает ярко выраженным авторским началом, исследует внутриличностные, межличностные и социальные конфликты с точки зрения «живого», своеобразного и разностороннего человека как члена социума, – и исследования эти основаны на реальных социальных, общественных, экономических и политических событиях.

Современный теоретик журналистских жанров А.М. Прохоров в одном из энциклопедических определений говорит, что публицистика – это «род произведений, посвященных актуальным вопросам и явлениям, содержащих фактические данные о различных ее сторонах, оценки социального, с точки зрения идеала автора» [Прохоров 1999: 342], что перекликается с мыслью, высказанной выше. Подобные утверждения включены и в современные словари литературоведческих терминов². Причастность публицистики как к журнализму, так и к художественной литературе видят Л.В. Тимофеев и С.В. Тураев, сказав о том, что «публицистика (от лат. *publicus* – общественный) – жанр литературных произведений, стоящий на стыке собственно художественной литературы и научной прозы» [Тураев:334].

¹ Библиотека журналиста [эл. ресурс]: <http://www.journalism.narod.ru/smi>.

² См.: Есин А.Б. Краткий словарь литературных терминов. М., 2003. С. 247; Чернец Л.В. Словарь литературоведческих терминов. М., 2002. С. 212.

Признавая в публицистике синтез литературного и журналистского творчества, необходимо отметить большее тяготение её к роду журналистики, что принято такими учеными, как С.Г. Корконосенко и А.А. Юрков, видящих в ней «отражение мира социальной реальности и творческого “Я” журналиста» [Юрков: 102].

Внутри самой журналистской публицистики за прошедшие несколько десятилетий успешно развиваются такие жанры, как письма известных людей и их обзоры событий, размышления в формате эссе, очерки, фельетоны. Современная публицистика также успешно формирует свои сквозные дискурсы: политический, экономический, патриотический, героический, социальный, сатирический, критический и т.д. Поэтому исследованием публицистики могут заниматься как теоретики журналистики, так и теоретики художественной литературы, как библиографы, так и текстологи, как социологи, так и психологи.

Необходимо еще раз особо отметить всё возрастающую в современном социуме авторитетную роль личности публициста, который зачастую становится лицом контента того или иного издания, канала или сайта, благодаря чему эти медийные корпорации приобретают особую социальную значимость.

Источники

- Антонова В.И. (2006). Трансформация типологической и жанровой систем в современной журналистике: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Саранск.
- Аристотель (изд. 2017). Политика / пер. с древнегреч. С.А. Жебелева. М.: АСТ.
- Бахтин М.М. (2000). Проблема автора // Автор и герой: К философским основам гуманитарных наук. СПб.
- Борев Г. (2003). Словарь литературных терминов: в 2 т. Т. 2. Москва.
- Булыко А.Н. (2005). Толковый словарь русского языка. Минск.
- Варзапова В.Ю. (2017). К вопросу о функционально-жанровой классификации медиатекстов в современной прессе // Сб. научных трудов «Язык как структура и социальная практика». ТОГУ, Хабаровск.
- Виноградов В.В. (1963). Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика / В.В. Виноградов. М.: Изд-во: А.Н. СССР.
- Глазкова М.Ю. (2010). Экспрессивный синтаксис в газетной публицистике (на материале русскоязычных и англоязычных аналитических общественно-политических статей): дис. ... канд. филол. наук / М.Ю. Глазкова. Ростов н/Д.
- Добросклонская Т.Г. (2005). Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи / Т.Г. Добросклонская. М.: Едиториал УРСС.
- Иванников С.А. (1998). Словарь русского языка. СПб.
- Измаилян Д.Б. (2012). Языковая реализация идеологического компонента в новостных текстах СМИ (на примере британской качественной прессы): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Д.Б. Измаилян. Москва.
- Инджиев А.А. (2007). Словарь литературоведческих терминов для выпускников и абитуриентов. Ростов н/Д.
- Кайда Л.Г. (1989). Эффективность публицистического текста / Л.Г. Кайда. Москва.
- Кардумян М.С. (2011). Языковая специфика аналитической разновидности дискурса масс-медиа (на материале статей на русском и английском языках): дис. ... канд. филол. наук / М.С. Кардумян. Ставрополь.
- Клушина Н.И. (2003). Общие особенности публицистического стиля / Н.И. Клушина // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учебное пособие. М.: Изд-во МГУ.

Кройчик Л.Е. (2005). Публицистический текст как жанр и как дискурс // Акценты. Новое в массовой коммуникации. № 3-4.

Липовецкий М.Н. (2000). Русский постмодернизм. Очерки исторической поэтики. Екатеринбург.

Милевич И.Г. (2004). Сопоставительный когнитивно-дискурсивный анализ языка современной публицистики: коммуникативные стратегии // Русская и сопоставительная филология: состояние и перспективы: Международная научная конференция, посвященная 200-летию Казанского университета: труды и материалы / под общ. ред. К.Р. Галиуллина. Казань.

Ожегов С.И. (1981). Словарь русского языка. Москва.

Прохоров А.М. (1999). Большая Российская энциклопедия. Москва.

Прохоров Е.П. (2000). Введение в теорию журналистики. Москва.

Скуленко М.И. (1986). Убеждающее воздействие публицистики. Киев.

Смотрова И.В. (2005). Функционирование публицистического текста в современной англоязычной прессе: на материале качественных газет Англии и США 1990-х - 2000-х гг.: дис. ... канд. филол. наук / И.В. Смотрова. Воронеж.

Солганик, Г.Я. (2007). Язык современной публицистики: сборник статей / Г.Я. Солганик. М.: Флинта.

Тепляшина А.Н. (2004). Сатирические жанры публицистики. СПб.

Тертычный А.А. (2002). Жанры периодической печати: учебное пособие / А.А. Тертычный. М.: Аспект-Пресс.

Тураев С.В., Тимофеев Л.В. (1974). Краткий словарь литературоведческих терминов. Москва.

Ученова В.В. (1985). Беседы о журналистике. Москва.

Ушаков Д.Н. (2005). Словарь современного русского языка. Москва.

Черепанов М.С. (1973). Проблемы теории публицистики. Москва.

Юрков А.А. (2003). Этика журналистского творчества. СПб.

■ ■ ■ Socio-Anthropological Features of Journalistic Discourse in the Context of Media Communication

Khasavov A.D.

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russian Federation.

Abstract. The article puts forward the author's hypotheses about the genre nature of the modern journalistic text, which in the today's realities is embodied in the media format, corresponding to the conditions of 'new media'. Forms of functioning of modern journalistic discourse presuppose communicative changes in the perception of social layers and groups of journalistic texts, which entails a change in approaches to the definition of the genre nature of the text in theoretical journalism. The author represents a detailed analysis of the history of transformation of genre classification of media discourse and marks out three types of journalistic discourse: news, analytical and journalistic, giving the generalized characteristic of their social and communicative influence. Special attention is paid to the communicative features of artistic and journalistic text, a comparative analysis of journalistic and literary texts; this question remains open both in the theory of literature and in the theory of journalism. Herewith, the author proposes to resolve the scientific dispute by analyzing

the impact of certain texts on the communicative processes. At the end, the author comes to the conclusion on anthropological community of literature and journalism, and outlines the principal differences of their communicative influence.

Keywords: journalistic text, communicative influence, anthropological features, genres of journalism, news text, analytical text, journalistic text, citizen journalism, author's principle in media communications

For citation: Khasavov A.D. Socio-Anthropological Features of Journalistic Discourse in the Context of Media Communication. *Communicology (Russia)*. 2019. Vol. 7. No.2. P. 67–82. DOI 10.21453/2311-3065-2019-7-2-67-82.

Inf. about the author: Khasavov Arslan Dagirovich, postgraduate student at the department of business and political journalism of the the Institute of Public Administration and Civil Service, RANEPa. Address: 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 84. E-mail: arslan.khasavov@gmail.com.

Received: 16.04.2019. Accepted: 02.06.2019.

References

- Antonov V.I. (2006). Transformation of the typological and genre systems in modern journalism: author. dis. ... Dr. Filol. sc. Saransk (In Rus.).
- Aristotle (Ed. 2017). Politics / Transl. S.A. Zhebeleva. M.: AST (In Rus.).
- Bakhtin M.M. (2000). Author's problem. In: Author and hero: To the philosophical foundations of the humanities. SPb (In Rus.).
- Borev G. (2003). Dictionary of literary terms: 2 vols. Vol. 2. Moscow (In Rus.).
- Bulyko A.N. (2005). Explanatory dictionary of the Russian language. Minsk (In Rus.).
- Cherepakhov M.S. (1973). Problems of the theory of journalism. Moscow (In Rus.).
- Dobrosklonskaya T.G. (2005). Issues of studying media texts. Experience in the study of modern English mediarechi / T.G. Dobrosklonskaya. M.: Editorial URSS (In Rus.).
- Glazkova M.Y. (2010). Expressive syntax in newspaper journalism (on the material of Russian-language and English-language analytical socio-political articles): dis. ... Cand. Filol. Sc. Rostov-on-Don (In Rus.).
- Indzhiev A.A. (2007). Dictionary of literary terms for graduates and applicants. Rostov-on-Don (In Rus.).
- Ivannikov S.A. (1998). Dictionary of the Russian language. SPb. (In Rus.).
- Izmailyan D.B. (2012). Language implementation of the ideological component in the news media texts (on the example of the British quality press): thesis dis. ... cand. filol. sc.. Moscow (In Rus.).
- Kaida L.G. (1989). The effectiveness of journalistic text. Moscow (In Rus.).
- Kardumyan M.S. (2011). The language specificity of the analytical variety of the discourse of the media (on the material of articles in Russian and English): dis. cand. filol. sciences. Stavropol (In Rus.).
- Klushina N.I. (2003). General features of journalistic style. In: Media Language as an Object of Interdisciplinary Research: Manual. M.: MSU Publishing House (In Rus.).
- Kroychik L.E. (2005). Publicist text as a genre and as a discourse. *Accents. New in mass communication*. No. 3-4 (In Rus.).
- Lipovsky M.N. (2000). Russian postmodernism. Essays on historical poetics. Yekaterinburg (In Rus.).
- Milevich I.G. (2004). Comparative cognitive-discursive analysis of the language of modern publicism: communication strategies. In: Russian and Comparative Philology: State and Prospects:

International Scientific Conference dedicated to the 200th anniversary of Kazan University: proceedings and materials / ed. K.R. Galiullina. Kazan (In Rus.).

Ozhegov S.I. (1981). Dictionary of the Russian language. Moscow (In Rus.).

Prokhorov A.M. (1999). Great Russian Encyclopedia. Moscow (In Rus.).

Prokhorov E.P. (2000). Introduction to the theory of journalism. Moscow (In Rus.).

Skulenko M.I. (1986). The persuasive impact of journalism. Kiev (In Rus.).

Smotrova I.V. (2005). The functioning of journalistic text in the modern English-language press: on the material of quality newspapers in England and the United States of the 1990s – 2000s: dis. cand. filol. sc. Voronezh (In Rus.).

Solganik G.Y. (2007). The language of modern publicism: a collection of articles. M.: Flinta (In Rus.).

Teplyashina A.N. (2004). Satirical genres of journalism. SPb (In Rus.).

Tertychny A.A. (2002). Periodical press genres: study guide. M.: Aspect-Press (In Rus.).

Turaev S.V., Timofeev L.V. (1974). A brief dictionary of literary terms. Moscow (In Rus.).

Uchenov V.V. (1985). Conversations about journalism. Moscow (In Rus.).

Ushakov D.N. (2005). Dictionary of modern Russian language. Moscow (In Rus.).

Varzapova V.Y. (2017). On the issue of the functional-genre classification of media texts in the modern press. In: sc. papers "Language as a structure and social practice". Khabarovsk (In Rus.).

Vinogradov V.V. (1963). Stylistics. The theory of poetic speech. Poetics / V.V. Vinogradov. M.: Publishing house: Acad. Of Science USSR (In Rus.).

Yurkov A.A. (2003). Ethics of journalistic creativity. SPb (In Rus.).