

ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА

Сопова Анна Сергеевна

аспирант

ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет»

преподаватель

Филиал ФГКВОУ ВПО «Военный учебно-научный центр

военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия

им. профессора Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина» в г. Краснодаре

г. Краснодар, Краснодарский край

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЧИТАТЕЛЬСКУЮ АУДИТОРИЮ МЕДИЙНЫХ ТЕКСТОВ

А.И. СОЛЖЕНИЦЫНА

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы изучения особенностей речевых стратегий и коммуникативного воздействия медийных публицистических текстов А.И. Солженицына, функционирующих в информационном пространстве отечественного и зарубежного газетно-журнального процесса. Автор статьи рассматривает вопросы коммуникации публициста с читательской аудиторией как определяющий фактор в медийных текстах Солженицына. Исследователь отмечает, что коммуникативная стратегия дискурсивности солженицынской публицистики является главенствующей и определяющей тактикой его медийного творчества. В статье исследуются специфические особенности медийных произведений, характеризующиеся отношениями, возникающими в системе массовой коммуникации. Солженицын как автор-публицист выступает в роли субъекта сознания, моделирующего на основе фактов и символов реального мира собственное документально-обоснованное понимание действительности.

Ключевые слова: медийная публицистика, речевые стратегии, коммуникативные стратегии, информационное пространство, газетно-журнальный процесс.

Несомненно, то, что Солженицын является одной из самых монументальных и многомерных фигур XX века. Он один из тех писателей-публицистов, которые пережили несколько эпох, были очевидцами тех исторических событий, которые знаменуют собой одно из сложных и трагических столетий в истории человечества. Исследователь Л.И. Саракина отмечает следующее: «Тема «А.И Солженицын и отечественные медиа советского и постсоветского периода» обширна и поучительна, поскольку отражает, помимо реалий жизни и творчества писателя, значимые и знаковые вехи советской истории, советской и постсоветской прессы» [6, с. 12].

Определяющим фактором в публицистических текстах Солженицына является коммуникация. Соответственно, мы можем определить коммуникативную стратегию дискурсивности его текстов как главенствующую и определяющую тактику при функционировании его публицистики в информационном поле. По мнению Ю.В. Лучинского: «Более того, проявление и (посредством масс-медиа) закрепление интереса со стороны общества к факту (к новостному началу) есть симптоматика частичной (выключенности) социума из диалога с божественным началом. Речь в данном случае идет не о конкретном человеке, который собственно и не обязан жить исключительно духовной жизнью, а о сфере действия медиатизированного слова, то есть о сфере, функционально близкой к сакрализующему началу в жизнедеятельности социума» [5, с. 7–8].

Публицистические тексты писателя обладают сложной жанровой структурой, объединяют в себе упорядоченное множество элементов (формальных и содержательных), композиционно последовательно и хронологически организованных. Этот ход размышлений и манера письма во многом определил его инновации в современном публицистическом жанре, внеся в него историческую основательность, научный анализм и выразительность художественного дискурса.

Тактика передачи информации имеет непреходящее значение в современном постиндустриальном обществе. Стандартная модель массовой медийной коммуникации, которая принята официально, является результатом кропотливой

исследовательской работы ученых второй половины XX века: математиков, лингвистов, философов, психологов, инженеров медийных технологий, журналистов. В основе разработанной модели лежит цепочка: источник информации -> кодирование -> сообщение -> декодирование -> получатель. Тексты обладают сложной синтаксической и смысловой структурой, объединяя в себе упорядоченное множество элементов, идеологических и культурологических.

Теория технической медийной коммуникации имеет прямую связь с теорией речевых коммуникативных актов. В свою очередь теоретические и практические изыскания в области коммуникативных актов основываются на науке о множественности функций языка, разработанной австрийским философом и специалистом в области логики Л. Витгенштейном [1]. Именно публицистический текст является основополагающим фактором и ключевым моментом коммуникационного акта современного медийного пространства, а дискурс обеспечивает условия работы и информационную успешность в системе массовых коммуникаций. Интерес к различным аспектам, рассматриваемым в публицистике Солженицына, был пристальным как со стороны средств массовой информации, так и со стороны народа. Это неслучайно, злободневные темы и проблемы современности, отраженные в его публицистических работах последних лет, были близки каждому из читателей.

А.И. Солженицын активно использовал в своем творчестве все возможные характеристики и коммуникативные аспекты публицистического текста как дискурса в медийном пространстве. По утверждению его библиографа Л.И. Сараскиной: «Воззвание Солженицына в контексте его судьбы касается самых сокровенных глубин человеческого существования – не только государства, но и каждой отдельной личности, ибо подразумевает веру в способность даже одного человека противостоять всеобщему конформизму» [6, с. 458].

Исследователь К. В. Тулупова считает, что «учитывая сопровождающие процесс коммуникации экстралингвистические факторы – социокультурный контекст, особенности производства, распространения и восприятия информа-

ции, политico-идеологический фон – можно говорить о расширенном понимании контекстуальной перспективы публицистического дискурса. Как результат развития этого процесса – реализация двухсторонней коммуникации в ходе прямого или латентного общения автора с аудиторией» [8, с. 137]. Безусловно, в солженицынских публицистических текстах как в дискурсах, функционирующих в информационном поле, активно реализуется двусторонняя коммуникация: автор (адресант) – читающая аудитория (адресаты).

Повышение роли коммуникативных процессов в обществе, которые способствуют более эффективным методам распространения информации в межкультурном пространстве, побуждает ученых-исследователей говорить о формировании информационного (коммуникационного) общества. Информационные технологии сегодня создают модель окружающей действительности в сознании людей, осуществляют коммуникацию между властью и обществом, т. е. имеют огромное влияние в общественно-политической жизни (неслучайно журналистов называют четвертой властью). По всем направлениям общественного развития наблюдается возрастание информационного давления, что придает ускорение коммуникационным процессам в обществе, затрагивающим все сферы деятельности современного человека. Даже научные изыскания сегодня теряют свою актуальность с невероятной скоростью, так как познания нарастают в геометрической прогрессии, что приводит к быстрому обновлению информации. Журналистика и публицистика, в частности, всегда должны быть на острие информационного бума. Соответственно, в такой непростой ситуации Солженицын как публицист концентрировал внимание читательской аудитории на самом интересном, ценном и злободневном информационном материале. Он крайне ответственно относился к своей роли «исповедывающегося проповедника», стараясь как можно полнее отразить многогранную картину действительности, обогатив ее своим анализом и оценкой. Он скрупулезно подбирал факты, не упуская при этом ни малейшей детали, ведь от его внимательности и точности зависел результат – его авторский *публицистический текст*, который он представлял на

суд читательской аудитории. «Условием продвижения сложных объектов становится взаимодействие смыслов» [9, с. 491] – утверждает А.Л. Факторович.

Анализ информационной системы позволяет нам рассмотреть коммуникативный акт как совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, которые можно представить в виде линейной схемы: автор -> коммуникативный канал -> информация -> читательская аудитория. Эта последовательная цепочка дает представление о структуре любой коммуникативной деятельности, в том числе и публицистической коммуникации. «Аудитория, к которой по-настоящему обращается Солженицын, – это его соотечественники, являющиеся не только читателями, но также судьями, поскольку слушания его суда проходят за рамками официально признанной юридической системы» [2, с. 438] – пишет Р. Вроон.

Единство нравственных устоев, христианской веры, убежденности и исторических познаний, математически (инженерно) точного структурного представления текста и его образного видения формируют стилистику и суггестивность медийных текстов А. И. Солженицына, их некую системность.

Богослов М. Дунаев подчеркивает: «Солженицын много говорит... о необходимости упрочения российской государственности и сбережения русского народа...» [3, с. 343–344].

Важнейшей особенностью и характернейшей чертой публицистики является принципиальная роль текста как неотъемлемого элемента и посредника во взаимодействии основных участников процесса коммуникации – автора и аудитории. Говоря о читательских приоритетах в современном информационном пространстве, А. И. Солженицын отметил тот факт, что «сегодня в России просвещенный читательский интерес переместился к литературе факта: мемуары, биографии, документальная проза» [7]. Он также делает акцент на важной роли печатного слова для современного общества, и говорит о его главенствующей позиции при функционировании в медийном пространстве.

Однако взгляд на массовую коммуникацию с формальной позиции недостаточен, возникает необходимость анализа содержательной стороны системы. Это

чрезвычайно актуально, потому что публицистика является важнейшим видом массовой коммуникации.

«Современные СМИ представляют стратифицированное явление, феноменальность которого определяется новой коммуникативной парадигмой, включающей в себя и новый просветительский ресурс <...> Построение журналистского текста и протекание информационного процесса приобрели ярко выраженный технологический характер, диктующий свои нормы, свою перцептику и многообразие новостных потоков» [4, с. 29]. Исследователи выделяют три глобальные подсистемы, составляющие содержательную сторону системы массовой коммуникации: публицистическую, рекламную и PR-коммуникацию. В данной «триаде» крайне важно определить место публицистики в рамках коммуникационной самоорганизующейся системы, так как все три элемента не могут не оказывать заметного влияния друг на друга. И публицистика, которая, несомненно, предназначена отразить изменения окружающей действительности, активно вбирает в себя все характерные черты меняющихся коммуникативных правил и законов.

Публицистика, рекламная коммуникация, PR-коммуникация – все три данные подсистемы объединены общей сферой существования, которая называется массовой коммуникацией. Однако они различны по своим целевым установкам, функциональному назначению и постановке решаемых задач. Место же публицистики в рамках коммуникационной «триады» обусловлено тем, что она предназначена отражать изменения окружающей действительности, как ни одна другая сфера деятельности, которая активно вбирает в себя приметы и текущие изменения коммуникативных правил и ролей.

Список литературы

1. Витгенштейн Л. Избранные работы / Пер. с нем. и англ. В. Руднева. – М.: Изд. дом «Герритория будущего». – 2005. – 440 с.
2. Вроон Р. Литературное произведение как судебный процесс: «Архипелаг ГУЛАГ» // Солженицын: Мыслитель, историк, художник. Западная критика, 1974–2008: Сб. ст. / Сост. и авт. вступ. ст. Э.Э. Эрикссон, мл.; comment. О.Б. Василевской; пер. с англ. и фр. – М.: Русский путь. – 2010. – С. 417–446.

3. Дунаев М.М. Православие и русская литература: В 6 ч. – М.: Христианская литература. – 1996. – Ч. 6. – С. 343–344.
4. Ивченков В.И. Медийные процессы современности: просветительский ресурс и коммуникативные ожидания // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения. Материалы международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2012. – С. 29–32.
5. Лучинский Ю.В. Масс-медиа США и Канады: динамика глобализации / Ю. В. Лучинский. – Краснодар: TRIVIUM. – 2011. – 260 с.
6. Сараксина Л.И. Солженицын и медиа в пространстве советской и постсоветской культуры. – М.: Прогресс-Традиция. – 2014. – 608 с.
7. Солженицын А.И. Написано кровью: Интервью журналу «DER SPIEGEL» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.solzhenicyn.ru/modules/pages/Napisano_krovyu-intervyu_zhurnalu_SHpigel2007_god.html. (дата обращения: 14.06.2012).
8. Тулупова К.В. Современные тенденции функционирования публицистического текста, дискурсивный аспект: Дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2008. – 195 с.
9. Факторович А.Л. Взаимодействие смыслов в медиатексте и PR-приоритеты // Медийные стратегии современного мира: Материалы Пятой Международной научно-практической конференции (Сочи, 1–3 ноября 2011 г.). – Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2011. – 584 с.