

ВИЛЬНЮССКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Попова Алёна Викторовна

**ДИСКУРС-КАРТИНЫ МИРА И КОРТЕЖНОГО  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЭЛИТАРНЫХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ**

Докторская диссертация

Гуманитарные науки, филология (04 Н)

Вильнюс 2010

Диссертация подготовлена в 1995-2010 годах в Минском государственном лингвистическом университете и Белорусском государственном университете

Диссертация защищается экстерном

Научный консультант:

проф. д.ф.н. Ирина Ухванова-Шмыгова (Белорусский государственный университет, гуманитарные науки, филология – 04Н)

VILNIAUS UNIVERSITETAS

Aliona Popova

**ELITINĖS ŽINIASKLAIDOS PASAULĖVAIZDŽIO IR KORTEŽINĖS  
SAŲVEIKOS DISKURSAS**

Daktaro disertacijos santrauka

Humanitariniai mokslai, filologija (04 H)

Vilnius, 2010

Disertacija rengta 1995-2010 metais Baltarusijos valstybiniame universitete ir Minsko valstybiniame lingvistiniame universitete

Disertacija ginama eksternu.

Mokslinė vadovė:

prof. habil. dr. Irina Oukhvanova-Shmygova (Baltarusijos valstybinis universitetas, humanitariniai mokslai, filologija – 04H)

## СОДЕРЖАНИЕ

### I. ВВЕДЕНИЕ 7

<b>I.1. Общая характеристика работы ....</b>	<b>9</b>
I.1.1. Объект исследования и актуальность работы .....	9
I.1.2. Цель и задачи исследования.....	10
I.1.3. Источники исследования .....	11
I.1.4. Методология исследования .....	11
I.1.5. Научная новизна и практическая ценность работы .....	17
I.1.6. Положения, выносимые на защиту .....	17
I.1.7. Структура работы .....	19
I.1.8. Апробация работы .....	19

### II. ЭЛИТАРНЫЕ СРЕДСТВА ИНФОРМАЦИИ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ 25

II.1. Типология печатных СМИ .....	25
II.2. Элитарные средства информации: дефиниции, специфика, примеры ....	29
II.3. Опыт исследования содержания печатных СМИ в СНГ и за рубежом ....	32
II.4. Жанр и формат печатных СМИ как объект исследования .....	38
II.5. Содержание СМИ с позиции каузально-генетического моделирования ...	45
II.6. Рабочая исследовательская модель и ее операционализация .....	53
II.6.1. Реконструкция предмет-ориентированного содержания материалов ЭСИ .....	53
II.6.2. Реконструкция субъект-ориентированного содержания материалов ЭСИ .....	61
II.7. Обобщение результатов .....	68

### III. РЕКОНСТРУКЦИЯ ДИСКУРС-КАРТИН МИРА ЭЛИТАРНЫХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ (на примере 3-х изданий) 71

III.1. Анализ референтного содержания статьи воскресного приложения " <i>Domenica</i> " к итальянской газете « <i>Il Sole 24 Ore</i> » .....	74
III.2. Анализ референтного содержания рубрики « <i>Изучение отдельного случая</i> » журнала « <i>Harvard Business Review</i> » ...	86
III.3. Анализ референтного содержания выпуска журнального издания « <i>The Lion</i> » .....	99
III.4. Обобщение результатов .....	112

### IV. РЕКОНСТРУКЦИЯ ДИСКУРС-КАРТИН КОРТЕЖНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЭСИ (на примере 3-х изданий) 116

IV.1. Анализ кортежного содержания статьи воскресного приложения " <i>Domenica</i> " к итальянской газете « <i>Il Sole 24 Ore</i> » .....	116
IV.2. Анализ кортежного содержания рубрики « <i>Изучение отдельного случая</i> » журнала « <i>Harvard Business Review</i> » .....	127
IV.3. Анализ кортежного содержания выпуска журнального издания « <i>The Lion</i> » .....	138

IV.4. Специфика взаимодействия референтного и кортежного содержания в каждом из трех изданий .....	153
IV.5. Обобщение результатов .....	158
<b>V. Заключение .....</b>	<b>163</b>
<b>Библиография .....</b>	<b>167</b>
<b>Список таблиц, приведенных в тексте диссертации .....</b>	<b>187</b>
<b>Словарь базовых терминов .....</b>	<b>188</b>

## I. ВВЕДЕНИЕ

Журнальные печатные издания на постсоветском пространстве представляют собой один из наиболее емких и бурно развивающихся сегментов печатной периодики и являются объектом внимания различных дисциплин — журналистики, лингвистики, социологии, психологии. Журнальные печатные издания постсоветского пространства представлены в основном типом *популярной прессы*, которая характеризуется разговорным стилем изложения материала, стилевым эклектизмом, наличием открытых оценок, апелляцией к чувствам и пр. (Березин 2003, Ворошилов 2004, Корконосенко 1997, Костомаров 1994) Актуальным остается вопрос о необходимости создания и развития прессы, способной удовлетворить запросы более искушенной читательской аудитории. В поисках ответа мы обратились к уже существующим стандартам *качественной прессы*.

Журнальные печатные издания *качественного* типа широко представлены в мировой журнальной классификации. Среди них специалисты отмечают в первую очередь такие издания, как «Harvard Business Review», «The Economist», «Fortune», «Business Week», «McKinsey Quarterly», «Science & Technology», «Another Magazine», «MicroMega», «Международные отношения» (Bauer 2006, Jamieson 1992, Дедюхина 2004, Стюарт 2004). В эту группу входят и воскресные приложения к ежедневным газетным изданиям «The New York Times», «Wall Street Journal», «Financial Times», «Il Sole 24 Ore». Эти издания обладают неоспоримым влиянием и значимостью: они организуют информационные потоки и во многом определяют информационное поведение других СМИ. Например, «The New York Times» называют «изданием, устанавливающим профессиональные стандарты» — ему доверяют, его уважают, на его материалы ссылаются журналисты других изданий (Jamieson 1992).

Некоторые из названных выше изданий, например «Harvard Business Review», «The Economist», «Fortune», «Wall Street Journal» уже имеют сегодня на постсоветском пространстве свои версии, издаваемые местными редколлегиями.

Данная работа показывает один из возможных путей изучения журнальной периодики *качественного* типа, а также дает представление об этих изданиях с точки зрения развития их плана содержания, помогает увидеть их неотъемлемые признаки. Изучение специфики текстов качественной прессы в целом может быть интересно с профессиональной точки зрения, прежде всего тем, кто играет ключевую роль в порождении и организации журнального печатного издания, а также тем, кто изучает специфику функционирования текстов СМИ и их воздействия на аудиторию.

## **I.1. Общая характеристика работы**

### **I.1.1. Объект исследования и актуальность работы**

*Объектом* исследования данной диссертации является дискурс элитарных средств информации и, в частности, содержательное пространство таких языковых знаков как *статья* газетного издания, *рубрика* журнала и отдельный выпуск *издания*.

*Актуальность* определяется необходимостью создания собственной *качественной прессы*, основные критерии построения содержательного пространства которой представлены в данном исследовании. Работа выполнена с учетом опыта исследований содержания продукта коммуникации в лингвистической науке (Арутюнова 1981, ван Дейк 1989, Зернецкий 1998, Лассан 1995, Пиотровский 2005, Стернин 2003, Fiske 1990, Lakoff 1980, Lindkvist 1981), журналистике (Акопов 1991, Березин 2003, Засурский 1999, Ивченков 2003), а также качественной социологии (Головачев 1996, Девятко 1998, Ротман 2002, Finch 1986) и символической философии (Дубровский 1982, Мэнли П. Холл 1992). Лингвистическая наука, в свою очередь, представлена в единстве прагма-психо-социолингвистического подходов, актуальных для современных дискурс-исследований (ван Дейк 2000, Карасик 2000, Лассан 1995-2009, Страусс 2001, Ухванова 1996-2009, Dijk van 1972, 1981, Hall 1980, Lawrence 1989, Potter 1990, Lindlof 1995). Для нас было важно осознать также специфику семиотических и семасиологических подходов к изучению продукта коммуникации. Поэтому в качестве базовых использованы исследовательские методы, разработанные в рамках *каузально-генетического подхода* (Ухванова-Шмыгова 1994, 1998, 2000, 2002, 2006), ибо для него характерно интегрированное видение объекта исследования.

### I.1.2. Цель и задачи исследования

Цель исследования заключается в том, чтобы определить специфику *плана содержания* (далее ПС) текстов *элитарных средств информации* (далее ЭСИ) и тем самым установить основные *тенденции* содержательной организации текста ЭСИ.

Поставленная цель предполагает решение следующих *задач*:

- 1) установить лингво-когнитивные характеристики содержания с учетом включения в лингвистическое поле *прагматической координаты* во всей ее полноте: прагматики предмета (взаимодействие «субъект-предмет») и прагматики субъекта (взаимодействие «субъект-субъект»), *социолингвистической координаты* (дискурсные группы (Swales 1994) и *текстологической (дискурсивной) координаты* линейного (нарративного) развития содержания в терминах "топик" и "фокус", тематических полей и их иерархию в рамках ЭСИ;
- 2) исследовать *кортежное* содержание (взаимодействие «адресант-адресат») и установить набор ролей, исполняемых адресантом и приписываемых адресату, а также – иерархическую значимость ролевых пар через линию общения; в рамках взаимодействия «адресант-адресат» устанавливается формат издания, то есть структурная составляющая этого взаимодействия;
- 3) определить жанрово-стилистические характеристики издания и раскрыть специфику взаимодействия дискурс-картин мира и *кортежного* взаимодействия в текстах ЭСИ;
- 4) найти типологические и эксклюзивные черты в организации содержания текстов этого типа изданий.

### **I.1.3. Источники исследования**

В работе исследуются три «отдельных случая» (*case studies*). Так, непосредственным *материалом* стали:

- Одна из статей, опубликованных в воскресном приложении «Domenica» к газетному итальянскому изданию «Il Sole 24 Ore»;
- Одна из рубрик англоязычного журнала «Harvard Business Review»;
- Один из выпусков англоязычного журнала «The Lion».

Все три издания относятся к группе ЭСИ. Они адресованы высокостатусным социальным группам (Головачев 1996) современных промышленно развитых государств.

"Harvard Business Review" — самое авторитетное англоязычное журнальное издание по менеджменту (Дедюхина 2004). "Il Sole 24 Ore" — влиятельное политико-финансово-правовое газетное издание Италии [[www.giornalilocali.it/quotidiani/il-sole-24-ore.htm](http://www.giornalilocali.it/quotidiani/il-sole-24-ore.htm)]. Первое издание выпускается в США, второе — в Италии. Каждое имеет несколько десятков языковых версий и распространяется главным образом по подписке. Выбор журнала "The Lion" дополняет картину ЭСИ, с той только разницей, что это международное клубное журнальное издание закрытого типа, распространяемое по подписке исключительно среди членов клуба (Lions Club International – самая крупная элитарная благотворительная организация в мире).

### **I.1.4. Методология исследования**

Методологической основой стала каузально-генетическая теория (Всемирная Энциклопедия. Философия 2001), репрезентирующая белорусскую школу дискурс-анализа (далее Д-А.). Каузально-генетическая теория (далее КГТ) ориентирована на изучение функционального содержания сложных языковых знаков. Она включает в

ядро содержания *референтный* (информация о предмете общения), *кортежный* (информация об участниках коммуникации – кортеже общения), *знаково-референтный* и *знаково-кортежный* виды информации (см. работы И.Ф. Ухвановой-Шмыговой) с учетом их структурной, иерархической, линейной и системной организации.

В процессе исследования применяются следующие *методы логического, лингвистического и дискурсного анализа*: индукция, дедукция, абдукция, а также идентификативно-интерпретативный (развивающий тема-рематический анализ), анализ тематических полей, жанровый анализ (в фокусировке на дискурс-категории (далее Д-К.) «открытость-закрытость» текста), метод реконструкции, операционализации, социально-ролевой анализ. Все эти методы являются составляющими *двух синтезированных методик: методики реконструкции дискурс-картины мира и методики реконструкции дискурс-картины кортежного взаимодействия.*

Уточним дефиниции ключевых категорий исследования.

Под дискурсом в работе понимается текст с учетом социального контекста, репрезентированного в тексте, причем таковым может стать любой текст (устный и письменный, современный и исторический, реальный и искусственно сконструированный) во всей его многозначности и полифункциональности, с учетом реального и потенциального содержательных планов коммуникации. Иначе говоря, в расчет принимается непосредственная соотнесенность языковой практики с экстралингвистическими факторами. Соответственно под дискурс-анализом (дискурс-исследованием) понимается последовательное комплексное изучение содержания дискурса во всей его полноте: аналитическое чтение, включающее сбор базы данных о содержании текста, ее описание, анализ и сопоставление описанных элементов, верификация результатов; это комплексный анализ всех видов содержания текста, включающий реконструкцию социального контекста (адресант/А1 и адресат/А2 в их взаимодействии). Оставаясь по сути текстологическим, Д-А. переходит в разряд методик, изучающих социальный контекст, а значит,

является одновременно методикой целого ряда гуманитарных и социальных наук. Но его глубина обеспечивается обращением к анализу различных уровней речевой деятельности — фонетическому/ просодическому, лексико-семантическому, прагма-, психо-, этнолингвистическому и др.

Дискурс-картина мира, или предмет-ориентированное содержание – предметно-тематическая «матрица» печатных изданий. Процедура реконструкции заключается в декодировании (1) референтного и (2) знаково-референтного ПС дискурса. Референтное содержание актуализируется (манифестируется) в рамках (а) иерархического (прагматика референта) и (б) структурного (когнитивный план) измерений содержания дискурса. Знаково-референтное содержание актуализируется в рамках (в) системного (парадигматический план) и (г) линейного (синтагматический план) измерений содержания дискурса. Каждое из них может быть представлено (операционализировано) с помощью частных Д-К. (например, "пространство", "время", "деятельность", "атрибутивность" и др.). Определение работающих Д-К. организует исследовательскую процедуру и позволяет представить алгоритм деятельности исследователя (ср. *Гальперин (концептуальное / фактологическое содержание)*, *Бахтин (хронотон)*).

Дискурс-картина кортежного взаимодействия, или субъект-ориентированное содержание – это "матрица" ролевых (статусных, гендерных, профессиональных и др.) установок взаимодействия коммуникантов, "матрица" коммуникативного поведения продукта СМИ, в основе которой лежит взаимодействие (1) актуального *кортежного содержания* (все актуализированные *виды отношений* между А1 и А2) в его (а) иерархическом и (б) линейном развитии и (2) потенциального, или *знаково-кортежного содержания* в его (в) системном (жанровая палитра текста СМИ и лексико-стилистический срез) и (г) структурном (формат общения) развитии. Под термином кортеж понимается группа коммуникантов, вовлеченных во фрейм определенного речевого акта непосредственно (устное общение) или опосредованно (письменное общение) в их взаимодействии (межличностное взаимодействие); оригинальная, открытая изменениям, субъект-ориентированная деятельность. Соответственно кортежное содержание есть

формирование или отражение такой деятельности в стиле общения; компонент содержательного ядра текста. Сюда входит также информация о характере (специфике) взаимодействия коммуникантов с учетом возможного расширения информации о взаимодействии коммуникантов с тематическими субъектами. Социальные связи актуализируются в содержании порождаемых текстов непосредственно (номинативно) или опосредованно (через интертекстуальность, интерсобытийность и др. Д-К.).

Содержание знаково-кортежное – зафиксированная жанровыми и форматными маркерами информация о групповом (или, в широком смысле, социально-историческом) статусе участников коммуникации, определяющем выбор структурно-системной организации; отраженное в знаке типовое поведение коммуникантов (жанрово-форматный содержательный тип).

Требуют пояснения еще три категории — тип кортежа, роли, типы общения.

Среди типов кортежа выявляются профессионально-значимый, возрастно-значимый, родственно-значимый; демократический, тоталитарный, патриархальный. Соответственно роли для нас – это ожидаемый от субъекта способ действий в заданных обстоятельствах; элементы содержания, рассматриваемые в аспекте их организации в типы общения. Типы общения — это характер взаимодействия коммуникантов: степень открытости и доступности текста, его диалогичности.

В работе широко используется термин «дискурс-категория/Д-К.». Это операциональная составляющая содержания дискурса. Д-К. различаются по функции и степени абстракции. В контексте КГТ мы выявляем Д-К. внешние, работающие на единение функциональных содержательных групп (например, дискурс-картина мира и дискурс-картина кортежного взаимодействия); Д-К. внутренние, работающие на единение ряда каждой из функциональных групп (например, иерархия, структура, система, линия); а также Д-К. операциональные, образующие непосредственное содержательное пространство дискурса. Набор Д-К. и функция каждой варьируется от текста к тексту, образуя его самостоятельность, уникальность. Выявление специфики Д-К. — задача Д-А. В контексте данного исследования внешними Д-К. стали «миссия» и

«(журналистский) повод»; внутренними Д-К. — «тема/референт в ее/его структурном, иерархическом и др. развитии. Операциональными Д-К. стали «атрибутивность», «время», «деятельность», «интертекстуальность», «пространство» и др. развитии. (Ранее в контексте Д.-исследований с опорой на КГТ было выявлено более 30-ти операциональных Д-К. (Ухванова 2003).) Особо остановимся на операциональных Д-К., или факторах формирования содержания дискурса: «структура», «иерархия», «линия», «система». Так, иерархия – социальный, оценочный, аксиологический фактор, организующий содержание. Линия и система – это синтагматический и парадигматический факторы соответственно, организующие содержание. И, наконец, структура – это интеллектуальный (когнитивный) фактор, организующий содержание. Соответственно иерархическая организация содержания текста высвечивает аксиологический аспект содержания; системная организация содержания текста – семантический (парадигматические отношения) и жанрово-стилистический аспекты содержания в их единстве, а линейная организация содержания текста – представленный в знаке синтагматический аспект содержания; структурная организация содержания текста – соподчиненность тем, понятий, а также форматный аспект содержания.

К заявленным выше ключевым терминам работы добавим:

Изучение отдельного случая (case-study) – метод всестороннего, многоступенчатого, верификативного изучения частного случая, с целью выявления его существенных характеристик и экстраполяции на аналогичные явления. Оптимальное поле для применения качественных методик анализа текстов (Lawrence W. 1989, Попова 2004).

Квалитативный (качественный) анализ текста (Qualitative text analysis) – исследование содержания текста в неформализованном виде и интерпретация его содержания. Квл.А. учитывает целостность текста, раскрывает его структуру, потенциальное значение содержания, основан на селективном отборе элементов, носит иллюстративный характер, принимает во внимание позицию адресата. Представлен множеством методик, среди которых нарративный, социально-ролевой, риторический виды анализа, а также

идентификационно-интерпретативный анализ, анализ жанров, анализ знаковой репрезентации ключевых объектов и ключевых субъектов коммуникации и др.

В качестве контраста существует квантитативный (количественный) анализ текста (Quantitative text analysis) – исследование содержания текста в формализованном виде. Процесс изучения сводится к статистическому измерению содержания текстов/ документов. Квн.А. нацелен на исследование манифестируемого (актуализированного) значения содержания. Неотъемлемыми характеристиками такого подхода являются систематичность, объективность, обобщенность. Представлен такой методикой как контент-анализ, который в данной работе не приводится.

Каузально-генетическая перспектива (КГП) (методология) – перспектива методологического порядка, принимающая исторически ранние перспективы (позитивистскую, интерпретативную, критическую, постмодернистскую) в аспекте их комплементарности, взаимозависимости и взаимообусловленности. Методология, усложняющая *ядро* ПС сложного языкового знака (текста в его функциональной данности) от дихотомии *реальность-знак* (усложненной до признания прагматической, гносеологической, парадигматической и синтагматической составляющих, что принципиально не меняет сути подхода, а только обогащает данное видение ПС) до квадритомии *реальность-знак* плюс *кортеж – знак*, либо *реальность-кортеж* плюс *знаковая реальность – знаковый кортеж*. Данная перспектива уравнивает в значимости познавательно-деятельностную и интерактивную (социальную, коммуникативную). КГП является основой для порождения методик анализа содержания текста с учетом многомерности, полифоничности его содержания. Соответственно каузально-генетическая теория (КГТ) – система знаний о ПС языка (сложных языковых знаков – текста/макротекста) с учетом динамики его развития, аналитической и синтетической направленности, кодирования и декодирования. А каузально-генетическое моделирование (КГМ) – построение функциональных моделей ПС дискурса с учетом актуальной реализации потенциального содержания на разных уровнях сложности (синтезирования); основа для построения технологий исследования ПС сложных языковых знаков (текста, рубрики журнала, выпуска издания и пр.).

### **I.1.5. Научная новизна и практическая ценность работы**

Впервые комплексно, функционально, с учетом типологической составляющей, единства вербальных и невербальных кодов дискурсокартин мира и кортежного взаимодействия изучается содержание печатных изданий, адресованных элитам (ЭСИ), с целью реконструировать "матрицу" порождения содержания этих изданий. Выявлен алгоритм создания печатного издания определенного типа. Апробированы на новом языковом/ речевом/дискурсивном материале методики качественного анализа. Показанный анализ имеет строгую исследовательскую процедуру, позволяющую посмотреть на дискурс с позиций его функциональной полифоничности.

Практическая ценность работы определяется возможностью использования полученных данных в дидактическом аспекте, то есть для чтения курсов и спецкурсов по методологии дискурсных (качественных) исследований, типологии СМИ, изучению содержания СМИ, ЭСИ и пр. в рамках программ подготовки специалистов (журналистов, социологов, лингвистов, историков, специалистов по информации и коммуникации). Практическая значимость обусловлена возможностью предложить специалистам, работающим в журнальных изданиях, главным редакторам, их заместителям способы работы над концепциями изданий.

### **I.1.6. Основные положения, выносимые на защиту**

1. Апробация того, как работает аппарат каузально-генетической теории в процессе изучения дискурса ЭСИ, позволила установить наличие трех групп дискурс-категорий: (1) *синтезированные*, или *метакатегории* (дискурс-картина мира и дискурс-картина кортежного взаимодействия), (2) *внешние синтезирующие содержательное пространство* ("журналистский) повод", "миссия"), (3) *внутренние*

*организующие многомерность содержания* (иерархия, структура, система, линия).

2. Дискурс-картина мира в плане содержания дискурса ЭСИ выступает как диалектическое единство *фактологического, интерпретативного и метаязыкового* содержательных планов, реализующих функции информации, отношения (контроля) и познания, сорганизованных иерархически, структурно, системно, линейно, где каждая из форм организации содержания комплементарна, верификативна, а дискурс-категория "(журналистский) повод" благодаря единению позиций "факт", "интерпретация", "анализ", обеспечивает ей (дискурс-картине мира ЭСИ) функционально содержательную целостность (характеризующуюся открытостью) и четкую адресатную направленность (адресат — это высокостатусные группы).
3. Дискурс-картина кортежного взаимодействия в ПС дискурса ЭСИ выступает как диалектическое единство *дидактического, коллегиального, патриархального и призывно-побудительного* видов взаимодействия, реализующих функции обучения, социализации, соподчинения и организации деятельности, сорганизованных иерархически, структурно, системно, линейно, где каждая из форм организации содержания комплементарна (развивает содержание взаимодействия "адресант-адресат"), верификативна (уточняет ролевое воплощение "адресант-адресат"), а актуализация дискурс-категории "миссия" обеспечивает ей (дискурс-картине кортежного взаимодействия ЭСИ) функционально содержательную целостность и закрытость, организуя четкую предметную направленность (предмет разговора — субъект).
4. Дискурс ЭСИ с позиций его плана содержания представляет собой гармоничное *единство* дискурс-картин мира и кортежного взаимодействия, что обеспечивает материалам ЭСИ объемность содержания, полифункциональность, целостность, контекстную

реализацию, а значит, делает его коммуникативно-эффективным, *выверенным предметно и адресатно*, что обеспечивается изначально встречной направленностью Д-К. «(журналистский) повод» и «миссия».

### **I.1.7. Структура и объем диссертации**

Настоящая работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии (списка источников) в количестве 243 наименований, списка таблиц и словаря базовых терминов исследования.

Включение в работу "Словаря базовых терминов исследования" вызвано стремлением сделать текст максимально понимаемым. "Словарь..." помогает уйти от возможной многозначности (с учетом интердисциплинарности объекта исследования) и сфокусировать внимание на актуализированных в тексте диссертации содержательных нюансах использованной терминологии.

### **I.1.8. Апробация работы**

Работа над проблемой велась в течение одиннадцати лет. За это время она прошла апробацию на двенадцати международных научных конференциях, проводившихся в Беларуси: 5-6 декабря 1996 г., Минск, "Язык и социум — II"; 23-24 апреля 1998 г., Минск, "Юбилейная научная конференция преподавателей и аспирантов МГЛУ, посвященная 50-летию Университета"; 1-2 декабря 2000 г., Минск, "Язык и социум — IV"; 3-4 декабря 2004 г., Минск, "Язык и социум — VI"; 2-3 декабря 2004 г., Минск, "Журналістыка-2004 — VI"; 24-25 марта 2005 г., Минск, "Коммуникативные стратегии — III"; 13-14 мая 2005 г., Минск, "Художественный дискурс: интерпретация и коммуникатив. константы"; 3-5 апреля 2009 г., Минск "Дискурс в академ. исслед. пространстве"; 16 – 17 мая 2005 г., Гродно, "Е.Ф. Карский и современное языкознание — X"; а

также в Латвии 28-30 апреля 2005 года, Рига, «Русский язык в культурно-коммуникативном пространстве новой Европы», в Польше 29-30 июня 2009 года, Вроцлав, «Язык и культура таблоидов/Jezyk i kultura tabloidów». Основные положения диссертации обсуждались на заседаниях кафедры грамматики и истории английского языка МГЛУ и кафедры английского языка и речевой коммуникации БГУ. Методологические посылки исследования и его результаты были использованы при чтении лекций и ведении семинарских занятий в рамках курсов "Технологии политической журналистики", "Дискурсные методики в социологическом исследовании", "Реконструкция социального контекста из текста документов", читаемых студентам четвертых курсов отделения "социология" (факультета ФФСН, БГУ, Минск), специальности "документоведение и информационное обеспечение управления" (исторического факультета, БГУ, Минск), отделения «международная журналистика» (института журналистики БГУ, Минск); при чтении лекции и проведении семинара «Я, как арт-проект» (формирование личностного бренда, формирование стиля и самопиар)» в рамках фестиваля экспериментальных молодежных арт-проектов «Fun House» (1 мая 2009 года, Минск); при проведении семинара «Фотопортрет как самостоятельный текст» в Институте фотографии (5 мая 2009 года, Минск).

По результатам проведенного исследования подготовлен учебный модуль «Элитарные англоязычные печатные издания», который был включен в программу модуля «Английский язык для специальных целей» и прочитан в 2004–2005, 2005–2006, 2006–2007, 2007–2008, 2008–2009 учебных годах студентам 3-го и 5-го курсов отделения «международная журналистика» Института журналистики БГУ (Минск).

Публикации автора по проблематике, рассматриваемой в данном исследовании, за период с начала 1995 года по настоящее время

представлены авторской монографией, 10-ю статьями, 2-мя докладами на международных конференциях, 4-мя тезисами (всего 17 наименований).

#### МОНОГРАФИЯ

1. Попова А. Дискурс-картины мира и кортежного взаимодействия элитарных средств информации / А.В. Попова. Минск : Изд. центр БГУ, 2008. 153 с.

#### СТАТЬИ

1. Попова А. Жанр: статика, генетика, конвенция / А.В. Попова // *Методология исследований политического дискурса : актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов: в 3 вып.* / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск, 2000. Вып. 2, с. 88-94.
2. Попова А. План содержания текста СМИ в фокусе внимания теории коммуникации (по материалам 2 и 3-го изданий книги Д. Мак-Куэйла «Массовая коммуникация») / А.В. Попова // *Методология исследований политического дискурса: актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов* / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск, 2000. Вып. 2, с. 400—411.
3. Popova A. A.V. Genre: statics, genetics, conventions / A.V. Popova // *Perspectives and methods of political discourse and text research: in 2 vol.* / Belarus. State Univ.; ed. by I. F. Oukhvanova-Shmygova. Minsk, 2001. Vol. 2. P. 54—60.
4. Попова А. Реконструкция картины мира англоязычного элитарного журнального издания «Harvard Business Review» / А.В. Попова // *Язык и социум: материалы VI Междунар. науч. конф., Минск, 3—4 дек. 2004 г.: в 2 ч.* / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Л.Н. Чумак (отв. ред.) [и др.]. Минск, 2004. Ч.1. с. 228-232.

5. Попова А. Реконструкция картины мира и картины речевого поведения англоязычного клубного журнального издания, ориентированного на высокостатусную группу / А.В. Попова // *Respectus Philologicus*. 2005. № 7, с.112-119.
6. Попова А. Различные направления исследования дискурса элитарных СМИ: методологический аспект / А.В. Попова // Е.Ф. Карский и современное языкознание: материалы X междунар. Карских чтений, Гродно, 16—17 мая 2005 г.: в 2 ч. / Гродн. гос. ун-т; редкол.: М.И. Конюшкевич (отв. ред.) [и др.] . Гродно, 2005 .Ч. 2, с. 154—159.
7. Попова А. Картина мира элитарного журнального издания: теория и практика / А.В. Попова // *Вестн. Мин. гос. лингвист. ун-та. Сер.1, Филология*. 2005. № 3, с.70—80.
8. Попова, А.В. Журнал «Harvard Business Review» с позиций жанровой репрезентации (на материале жанра «кейс-стади») / А.В. Попова // *Вестн. Гродзен. ун-та. Сер. 1, Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Педагогіка. Псіхалогія. Правазнаўства. Філалогія*. — 2005. — № 4 — С. 164—169.
9. Попова А. Художественный текст в специализированном экономическом издании (на материале англоязычного элитарного журнального издания «Harvard Business Review») / А.В. Попова // *Художественный дискурс: интерпретация и коммуникатив. константы: материалы науч.-теорет. конф., Минск, 13—14 мая 2005 г.* / Мин. гос. лингвист. ун-т; редкол.: П.М. Бабинская (отв. ред.) [и др.] Минск, 2006, с. 74—80.
10. [Попова А.] Картина речевого поведения печатного издания и ее операционализация: теория и практика / И.Ф. Ухванова-Шмыгова, А.В. Попова // *Вестн. Мин. гос. лингвист. ун-та. Сер.1, Филология*. 2006, № 1, с. 87—96.

По теме диссертации прочитаны доклады:

1. Попова А. Содержательные особенности русскоязычной версии делового журнального издания «FORBES» / А.В. Попова // Взаимодействие языков и культур : рус. яз. в культурно-коммуникатив. пространстве новой Европы: сб. науч. ст. / Балт. Рус. ун-т; под ред. Ю.Е. Прохорова. Рига, 2005. Вып. 1. с. 328—334.
2. Попова А. Дискурс-категория «миссия» в элитарном дискурсе / А.В. Попова // Коммуникативные стратегии: материалы докл. III междунар. науч. конф., Минск, 24—25 марта 2005 г.: в 2 ч. / Мин. гос. лингвист. ун-т; редкол.: Т.В. Поплавская (отв. ред.) [и др.]. Минск, 2007. Ч. 2, с. 87—91.

#### ТЕЗИСЫ

1. Попова А. Отражение субъектной ситуации общения в текстах СМИ: теоретический аспект / А.В. Попова // Язык и социум : материалы II Междунар. науч. конф., Минск, 5-6 дек. 1996 г.: в 2 ч. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Л.Н. Чумак (отв. ред.) [и др.]. Минск, 1998. Ч.1, с. 128—129.
2. Попова А. К вопросу о понятии «дискурсная группа» и соотношении этого понятия с понятием «кортеж» // Материалы юбилейной научной конференции преподавателей и аспирантов МГЛУ, посвященной 50-летию Университета, Минск, 23-24 апреля 1998 г.: в 3 ч. / Мин. гос. лингвист. ун-т; редкол.: Н.П. Баранова (отв. ред.) [и др.]. Минск, 1998. Ч.3, с. 38—39.

3. Попова А. Печатные СМИ в ориентации на высокостатусные группы : опыт лингвистического анализа (на материале издания «Il Sole 24 Ore»/ Солнце 24 Часа, Италия) / А.В. Попова // Язык и социум: материалы IV Междунар. науч. конф., Минск, 1-2 дек. 2000 г.: в 2 ч. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Л.Н. Чумак (отв. ред.) [и др]. Минск, 2000. Ч. 1, с. 172—173.
  
4. Попова А. СМИ, ориентированные на высокостатусные группы / А.В. Попова // Журналістыка—2004: матэрыялы 6-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 2-3 снеж. 2004 г. / Беларус. дзярж. ун-т; редкал.: В.П. Вараб'ёў (адк. рэд.) [і інш.] Мінск, 2004. Вып.6, с. 255—256.

## II. ЭЛИТАРНЫЕ СРЕДСТВА ИНФОРМАЦИИ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

### II.1. Типология печатных СМИ

Наше внимание обращено на печатные издания, ибо их место до сих пор остается одним из ключевых в общей классификации СМИ. Сегодня это далеко не однородный продукт коммуникации на массовом уровне, что демонстрируют многообразные типологии, широко обсуждаемые современными исследователями печатных СМИ (Акопов 1991; Березин 2003; Быков 2003; Вартанова 2006; Губский 1993; Добросклонская 2000; Засурский 1999; Корконосенко 1997, 2001; Лозовский 2004; Прохоров 2005; Рисмухамедов 2004; Смирнова 1997; Inglis 1990; Bauer 2006; Bingham 2007; Conboy 2002; Jamieson 1992; McQuail 1987, 1994). В нашем контексте актуальна классификация типов СМИ, которая была предложена западными и поддержана отечественными исследователями СМИ (Попова 2000, 2004). Так, предлагается выделить две ключевые группы — группу *качественных* и *популярных/массовых* периодических изданий. В качестве критерия предлагается исходить из адресности издания: *качественная пресса* рассчитана на подготовленного высокообразованного читателя со средним и высоким доходами, а *популярная пресса* — на массовую аудиторию.

К числу отличительных особенностей *качественной прессы* обычно относят точность сообщаемых фактов, надежность источников информации, недопустимость вольных комментариев, опора на широкие контекстные знания аудитории, апелляция к разуму, мнений и предложений, официально-деловой, книжный стиль изложения материала, практическое отсутствие эмоционально-оценочной и экспрессивной лексики, обобщенность, формальный дизайн. Качественная пресса берет на себя задачу не только информировать, но и

формировать общественное мнение, влияя на склад мыслей людей, их этику, модели поведения (Акопов 1991; Березин 2003; Быков 2003; Вартанова 2006; Корконосенко 1997, 2001; Лозовский 2004; Прохоров 2005; Рисмухамедов 2004; Смирнова 1997; Inglis 1990; Bauer 2006; Bingham 2007; Conboy 2002; Jamieson 1992; McQuail 1987, 1994). *Популярная пресса*, в свою очередь, характеризуется небольшими по объему текстами, широким использованием иллюстративного материала и развернутых заголовков, наличием открытых оценок и дидактических выводов, «апелляцией к чувствам», разговорным стилем изложения материала, гипероценочностью как средством выражения экспрессивности, частым употреблением каламбуров и окказионализмов, конкретностью (Березин 2003; Быков 2003; Вартанова 2006; Корконосенко 1997, 2001; Лозовский 2004; Прохоров 2005; Inglis 1990; Bauer 2006; Bingham 2007; Conboy 2002; Jamieson 1992; McQuail 1987, 1994). Таким образом, различие между этими двумя типами изданий наблюдаются и на уровне формы, и на уровне содержания.

Качественная пресса рассматривается также как нечто «высшее» по сравнению с популярным изданием (Fiske 1990). Данный подход зародился благодаря тому, что в обществе господствует сциентистское миропонимание, в условиях которого более значимым считается то, что апеллирует к разуму, исключает субъективность восприятия реальности, а к разряду *низшего* отнесено то, что включает «личное» как способ восприятия и осознания реальности, обращается к чувствам и эмоциям (Кустарев 2000). Однако современное общество постепенно отходит от сциентистского миропонимания, признавая равноценность эмоционально-чувственного и рационального осознания мира. Об этом пишет американский исследователь Дж. Фиске, утверждая, что популярная и качественная пресса не могут сравниваться на уровне «*высший-низший*». По его мнению, речь идет об «ином способе понимания мира, который является вызовом «нормализующей»

реальности». Тексты популярных изданий могут быть прогрессивными, так как они стимулируют производство значений, которые предназначены для изменения или дестабилизации социального заказа. Но они не станут радикальными, так как не могут коренным образом изменить само значение или уничтожить этот заказ (Fiske 1990).

Критерии типологического деления СМИ на качественную и популярную прессу достаточно хорошо изучены. Обсуждение различий между качественной и популярной прессой ведется вокруг внутренних закономерностей содержания текста, изучаются сложные имплицитные связи между элементами содержания издания и те значения, которые возникают в результате этих связей (Storey, 1996). При этом наблюдается смещение изучения критериев типологизации с плана выражения издания (шрифт, количество иллюстраций и т.п.) на план содержания; описывается и изучается все многообразие СМИ (Вартанова 2006, Gans 1999, Jamieson 1992), выделяются характерные особенности как их содержания, так и формы (Золотухин 2006); предметом исследований становятся отношения власти и подчинения, взаимосвязи в обществе: они находят свое знаковое воплощение на страницах изданий, что приводит к тому, что разные СМИ конструируют на своих страницах различный образ мира.

Английский исследователь К. Спаркс считает, что ключевое различие между *популярной* и *качественной прессой* — это мобилизация популярной прессой *личного* как объяснительной нити повествования (Sparks, 1987). В его трактовке главным в представлении события изданием является метод, при помощи которого социальный заказ либо делается «прозрачным» (в популярной прессе), либо вуалируется (в качественной прессе). Указанный метод презентации события является одним из глубинных различий между качественной прессой и популярной прессой. Выявить различия такого уровня можно при аналитическом чтении периодического издания.

Понятия «качественный» и «популярный» имеют свою специфику. Из первой группы выделяется элитарная пресса, в то время как из второй — желтая. Впрочем, и элитарная и желтая имеют свои особые функциональные поля, а потому их часто рассматривают в качестве самостоятельных феноменов. В результате желтая пресса не попадает в разряд популярных изданий, а элитарная соответственно не представляет тип качественных изданий как таковых (Кривенко 1993, Кустарев 2000).

*Желтая/бульварная пресса* отличается повышенным вниманием к «закрытым», не афишируемым сторонам жизни человека — прежде всего сексу и насилию. Зачастую в ней публикуются недостоверные, непристойные или вульгарные сообщения, что не может характеризовать популярную прессу в целом (Коньков 1997).

Выделение *элитарной прессы* обусловлено тем, что типологическая система косвенным образом связана с социальной структурой общества. На постсоветском пространстве последняя не сформирована окончательно. Несформированность социальной структуры ведет к несформированности всей возможной типологической вариативности печатных изданий. Отдельные попытки создания изданий элитарного типа не отражают концепт элитарных средств информации в полной мере (Попова 2005), поэтому необходимо разрабатывать свою терминологию для номинализации существующих в данном конкретном обществе печатных СМИ или адаптировать мировую практику к собственным условиям. Полагаем, что для тех изданий, которые европейские и североамериканские исследователи называют *элитарной прессой*, в случае с одноплановыми изданиями на постсоветском пространстве приемлемо использовать термин «издания, ориентированные на высокостатусные группы».

## II.2. Элитарные средства информации:

### дефиниции, специфика, примеры

Элитарные средства информации (сегодня для многих уже становится привычной аббревиатура этого сегмента коммуникации как ЭСИ) репрезентируют медийное поле западных СМИ, в первую очередь англоязычных, и непосредственно связаны с особенностями структуры западного общества, а именно, его сохраняющейся сегментацией и жесткой структурированностью. Наличие сегмента структуры (как некой ниши) предполагает и наличие средств коммуникации для него (нее). ЭСИ занимают высшую ступеньку в иерархии самих СМИ, в том числе, с точки зрения их адресант-адресатной характеристики, информации об отношениях и взаимодействии коммуникантов (McQuail 1987, 1994; Jamieson 1992).

Феномен ЭСИ обязан своим появлением так называемой «буржуазной газете XIX века», явившейся вершиной развития газетных изданий той эпохи (McQuail 1994, 12, 190, 197; Вартанова 2006). Именно тогда в Европе был отмечен триумф либерализма — период сведения к минимуму прямой цензуры и налогового бремени, формирования относительно прогрессивного капиталистического социального класса и профессиональных групп, период множества социальных и технологических изменений, способствовавших активной деятельности национальной и региональной прессы высокого информационного качества.

Основные критерии, согласно которым определялась *новая элитарная пресса* в тот период, остаются актуальными и для современных ЭСИ. Маккуэл и Джеймисон (McQuail 1987, 12; Jamieson 1992, 18—19) называют следующие:

- формальная независимость от государства и клановых интересов, включенность в социум в качестве значимого учреждения политической и социальной жизни;

- специализация журналистов, направленная на объективное и глубокое освещение событий, их комментирование и анализ;
- роль ключевого института в формировании и коммуницировании мнений/оценок/точек зрения.

Большинство образцов ЭСИ являются сегодня *специализированными* изданиями, выступающими в качестве лидеров мнений и оценок для других СМИ (Gans 1999, McQuail 1987, Jamieson 1992).

Сегодня наиболее яркими представителями этой медийной категории являются следующие издания:

- **газетные издания** «*The New York Times*», «*The Washington Post*», «*The Times*», «*The Economist*», «*The Financial Times*», «*Wall Street Journal*», «*Foreign Affairs*», «*Washington Post*», «*Congressional Quarterly*», «*New York Review of Books*», «*Il Sole 24 Ore*» и т.д.;
- **журналы** «*Harvard Business Review*», «*The Economist*», «*The Forbes Global*», «*Fortune*», «*Business Week*», «*Mckinsey Quarterly*», «*Science&Technology*», «*Anoher Magazine*», «*MicroMega*», «*Россия в глобальной политике*», «*Международные отношения*» и т.д.;
- **воскресные приложения к газетным изданиям** «*New York Times*», «*Wall Street Journal*», «*Financial Times*», «*Il Sole 24 Ore*» и т.д.

ЭСИ до сих пор оставались как бы вне поля зрения исследователя. В академической литературе (преимущественно североамериканской и западноевропейской) если и присутствует информация о них, то она обычно очень лаконична и почти тезисна. Впрочем, *элитарный текст* как таковой время от времени становился объектом анализа — в частности, лингвистического. Так, мы обнаруживаем упоминания об

элитарном тексте у таких авторов, как Винокур Т.Г., Шмелев Д.Н., Коньков В.И., а также Карлин К. Кембелл (Винокур 1990, Шмелев 1979, Костомаров 1994 1999, Campbell 1992). В русскоязычной литературе объектом внимания исследователей, интересовавшихся элитарным текстом, становятся язык издания, его стиль, а также план содержания издания. Отмечается, что для таких текстов характерна *низкая* степень свободы языкового употребления. Это связано с тем, что *элитарный текст* отстоит от массового, имеет свои особые характеристики, которые и выделяют его среди всех остальных. Здесь можно говорить о неповторимости выбранного стиля, ибо данные тексты рассчитаны на читателя, которого вполне можно назвать «языковым единомышленником» самого автора (Винокур 1993). Специфика семантического наполнения элитарных текстов «состоит в особой организации самых различных языковых средств, предопределенной их особой функционально-коммуникативной направленностью» (Шмелев 1977).

У англоязычной группы авторов фокус внимания смещается на другие характеристики издания, в частности на качественную оценку издания (диапазон: *высший/низший*) (Fiske 1990), формальные признаки содержания (имплицитность/эксплицитность), различные коды (в том числе невербальные), а также социальный контекст функционирования этих изданий (дискурс-анализ). Так, Кембелл говорит о том, что оценочная точка зрения автора (как внетекстовая, так и текстовая категория) ЭСИ организует сюжетное пространство, проявляется в композиции (Jamieson, Campbell 1992). При этом авторская точка зрения может быть глубоко скрыта: явление подтекста (содержательная характеристика) в ЭСИ оказывается более значимым, чем эксплицитное выражение мысли (формальная характеристика). Усложненность структуры и семантического наполнения текстов такого издания позволяет

средствами естественного языка передать значимый объем информации (Campbell 1992).

Наш подход в определенной степени объединяет представленные выше исследовательские позиции. Для нас важны и язык издания (он репрезентирует содержание, а также формирует его), и его контекст (если он репрезентирован в тексте), и стилистический срез (также являющийся содержательно релевантным).

### **II.3. Опыт исследования содержания печатных СМИ в СНГ и за рубежом**

СМИ как социальное явление находятся в постоянном движении и развитии. Сегодня это не только телевидение, радио, газеты, журналы различных типов, но и информационные источники в Интернете. Развиваются электронные, кабельные и спутниковые технологии. Разнообразие форм порождает и разнообразие содержания.

*Изучение содержания СМИ* постоянно находится в фокусе внимания исследователей. Собственно содержанием СМИ занимаются специалисты в таких областях знаний как теория коммуникации, журналистика, литературная критика, социология, психология, культурология, лингвистика. Наиболее широкомасштабно и продуктивно данный объект исследования изучается уже не одно десятилетие в парадигме теории коммуникации и ее различных направлениях.

Конкурс «Лучшая книга по коммуникативным наукам и образованию», впервые проведенный Российской коммуникативной ассоциацией (РКА) в 2006—2007 академическом году, и с тех пор ставшей ежегодным, выявил книги-призеры, посвященные коммуникативной тематике в научных и образовательных целях. 88 работ-участников конкурса, представленных исследователями ведущих вузов постсоветского пространства, продемонстрировали внимание

авторов как к формальным, так и к содержательным аспектам коммуникации, как на массовом уровне, так и в рамках коммуникации в организации, а также межличностной коммуникации. В контексте изучения содержания СМИ разного типа для нас интересны первые два уровня, и особенно второй, ибо в поле нашего исследовательского внимания СМИ, ориентированные на специализированного читателя. И здесь мы отметим некоторые из работ-победителей, в частности, издания *по теории коммуникации* (Голуб, Тихонова, 2006; Андреева, 2006), *теории массовой коммуникации* (Смирнов, 2006; Шайхитдинова, 2004; Прозоров, 2005), *политической коммуникации* (Юзефович, 2006; Ухванова-Шмыгова, Маркович, Ухванов, 2002; Будаев, 2006), *организационной, профессиональной, деловой коммуникации* (Кушнерук, 2007; Ковалевский, Митягина, Майер, 2004; Романова, Багин, Романова, 2003), *культурной антропологии, языку и коммуникации в контексте культуры* (Дубина, 2000), *учебной коммуникации* (Розина, 2005; Давыдова, 2005).

Как видим, перечисленные выше работы представляют разные направления, но объединяет их одно — они все уделяют особое место содержательным аспектам дискурса с учетом его реализации в реальном коммуникативном пространстве. Авторы подчеркивают значимость коммуникативного характера ведения информационных процессов, равно как и рефлексии, поиска причин, неудовлетворенности современного потребителя предлагаемыми ему коммуникативными практиками, но также выявляют достижения современной коммуникативистики в русскоязычном пространстве.

И это весьма показательно, ибо относительно недавно, еще в конце прошлого века, в обзоре литературы по проблематике исследования содержания СМИ (Ухванова-Шмыгова 1996) приходилось констатировать, что содержанием коммуникативного продукта и в том числе в СМИ с особым вниманием к макротекстам, то есть открытым

коммуникативным формам таким как целостные издания, телевизионные каналы, авторские передачи, сериалы и пр. занимаются в основном западные исследователи, и ключевыми фигурами до настоящего времени выступали в этой исследовательской нише такие англоязычные исследователи-коммуникативисты как Д. МакКуэйл, Дж. Гербнер, Дж. Браун и О. Линнэ, К.Б. Йенсен, Дж. Радужей, Дж. Фиске, С. Холл, А. Бергер, Л. Белл, Т. ван Дейк. В контексте названных имен следует отметить, что объектом внимания этих ученых становились, в частности, методология, методы и жанры исследования содержания, а также текст/ макротекст/ дискурсия/ дискурс. Исследователям важно было обнаружить специфику воздействия СМИ на аудиторию (Gerbner, 1973; Signorielli, Morgan, 1990 и др.), аудитории на СМИ, а также определить характер взаимодействия различного рода дискурсов и дискурсий СМИ в интертекстуальном пространстве, также как и в экстралингвистической реальности (NewComb, 1991, Fiske, 1987 и др.).

Дискуссии англоязычных ученых разворачивались вокруг того, что есть содержание, а также его позиционировании: с кем оно — с автором или с аудиторией. Другие вопросы, на которые обращалось пристальное внимание — это проблемы полисемии текста СМИ, многоплановость потенциального значения этих текстов, опирающихся на многообразие кодов и диапазона кодирования (Hall, 1980; Fiske 1990, 1991; Newcomb, 1991).

Для нас особенно ценными явились работы исследователей, которые сосредоточили внимание на статусе субъекта в контексте контентных исследований СМИ (Deming 1991; Fiske 1987; Sparks & Campbell, 1987 и др.). Введение понятий «вписанный в текст читатель» («inscribed reader») и «подразумеваемая аудитория» («implied audience») в контекст работ, посвященных анализу целевой аудитории, поддержало формирование новой исследовательской парадигмы, получившей развитие в конце XX века. Для этой парадигмы главным стало смещение

акцента при изучении содержания СМИ с предмет-ориентированного содержания на субъект-ориентированное содержание. Здесь необходимо назвать имена специалистов по массовой коммуникации Брауна и Линнэ, Спаркса и Кэмпбелла, Деминга и Фиске, а также специалиста по аргументативному дискурсу Йенсеена, специалистов по дискурс-анализу Шоттера, Джерджена, психологов Паркера и Поттера, политолога Тололиана, фольклориста Янга, социального психолога Уэтерелла. Все названные авторы так или иначе сфокусировали внимание на том, как именно субъекты представлены в тексте и в том числе в тексте СМИ. А Йенсен стал активно оперировать термином «интерпретативная группа» (Jensen 1991), столь значимым и для нашего исследования. Именно в это время рождаются термины «кортеж» и «кортежное содержание» (Супрун 1992, Уханова 1996).

Как видим, представители самых разнообразных направлений почти одновременно подтвердили своими исследованиями факт многогранности, полифоничности и многозначности текстового содержания, а также равную степень значимости в нем предмета общения и общающихся коммуникантов (кортежа). Именно с этих пор любой подход к анализу содержания дискурса считается неполным, если не включает в свое видение обе ситуации общения — предметную и субъектную, то есть предмет общения и общающихся коммуникантов. Этот факт фиксирует в своей монографии Б. Гринн «Литературный метод и социологическая теория» Б. Гринн (Green 1988).

Вместе с введением понятия «кортеж» стала еще более актуальной ситуация, когда за понятием «субъект коммуникации» реально стоят два субъекта. Если ранее таковым считался исключительно автор, а читателя называли объектом коммуникации (что в современной русскоязычной теории журналистики можно встретить и сегодня), то после переноса акцента в изучении содержания СМИ на аудиторию, непосредственным

субъектом коммуникации стала признаваться и аудитория как таковая и взаимодействие автора с аудиторией.

Но вернемся еще на одно-два десятилетия назад в русскоязычное исследовательское пространство, когда направление «теория коммуникации» здесь еще не было освоенным. В настоящем обзоре нельзя не остановиться на таком направлении, как лингвистика СМИ (в том числе газетного текста), обозначившемся на рубеже распада СССР и образования СНГ. Его родоначальниками и активными разработчиками стали Л.А. Введенская, Я.С. Воскобойников, Е.А. Корнилов, В.Г. Костомаров, Т.Б. Крючкова, Э.А. Лазарева, Е.Н. Левинтова, Э.Р. Лассан, И.П. Лысакова, Л.М. Майданова, А.И. Мамалыга, Д.Б. Пэн, В.В. Ризун, А.А. Стриженко, Е.И. Шейгал, представители школы прагмалингвистики И.П. Сусова в России и Д.Г. Богушевич в Беларуси и др. (Данный список считаем открытым). Как видим, в него входят представители таких направлений как когнитивная лингвистика, прагмалингвистика, социолингвистика, журналистика. Какие вопросы поднимала данная группа исследователей? Проводимые дискуссии касались как теоретических посылок, так и практических методик анализа текста СМИ с позиций его содержания и воздействия (Лассан 1995, Стриженко 1980, Крючкова 1989) на аудиторию, содержания и конструирования реальности (Шейгал 2000 и др.). Исследования, выполненные в рамках прагмалингвистики, когнитивной лингвистики коммуникативного синтаксиса послужили источниками дискурс-анализа. Так лингвистика СМИ дала толчок развитию того, о чем мы говорили выше и, в частности, тому направлению, которое сконцентрировала внимание на единении взаимодействия «адресат-адресант» и необходимости включения его в контекст современных исследований СМИ.

Можно считать, что пришло время интегративных подходов к изучению содержания СМИ, поэтому весь наработанный в этом направлении багаж знаний и опыт анализа важен. Однако остается еще

определенный барьер между двумя подходами — качественным и количественным. Что важнее: исследование, базирующееся на одной методике и прорабатывающее огромные выборки или множественный анализ набором разных методик малой выборки?

Для «качественников» значимыми являются категориальные характеристики текста, понятие цельности, значимости, законченности, модальности, тематические поля, описание иерархических параметров текста с опорой на типы информации, схематизации и структурирования информации, соотношение тем, подтем (Гальперин, 1981; Майданова, 1987; Апухтин, Шахнарович, 1997; Леонтьев, 1974; Дридзе, 1984; Бондаренко, 1977; Князева, 1989 и др.). Среди исследований практического характера интересны работы, посвященные дискурсу перестройки (Лысакова, 1993, Пэн, 1991, Майданова, 1987, Ухванова, 1994). При этом ученые могли выходить и на большие выборки, но это не было самоцелью.

А. Бергер считает необходимым учить молодых ученых и качественным и количественным подходам. Для него одинаково важны при изучении содержания СМИ подходы и методики Соссюра, Барта, Проппа, Радужя, Лефевра, а также Холла, Джеймсона, де Карто и др. (см. подробнее Berger 1993)

В своем обзоре мы не можем пройти мимо работы Дэниса МакКуэйла «Теория коммуникации», которая была трижды переиздана и в частности той ее главы, которая была посвящена способам изучения содержания СМИ (McQuail 1987, 1994). Ученый суммирует все подходы к изучению СМИ в поле социального знания, указывая, что, изучая содержание СМИ, исследователи узнают многое о:

- системном воспроизводстве ПС СМИ с учетом существующих типов учреждений СМИ;
- обществе / культуре, где оно (содержание) производится;
- создателях содержания и их намерениях;

- учреждениях СМИ и специфике их работы;
- языке, форматах и кодах, используемых для записи и передачи смыслов, которые абсорбирует адресант;
- качестве содержательного пласта, определяемого по внешним (формальным) критериям;
- аудитории и ее интересах;
- возможных эффектах или эффективности с учетом достижения определенной цели.

Получаемые результаты, глубина исследований, их оригинальность, значимость зависят от выбора методик анализа. Мы назвали области знаний, где эти методики вырабатываются, подчеркнули значимость интегративных подходов. Полагаем, будущее за универсальным видением этого поля, ибо содержание коммуникативных процессов и коммуникативного продукта само по себе максимально широко, многогранно и вариативно. Изучить это полисемантическое, меняющееся пространство, не поместив его в прокрустово поле одной теории — непереносимое условие успеха.

#### **II.4. Жанр и формат печатных СМИ как объект исследования**

Теоретические дискуссии по поводу содержания СМИ сфокусировали внимание на большом количестве категорий и форм. Но до сих пор нет единства мнений по оптимальному **методу** его исследования, а также по **способу анализа** текстов СМИ, которые, в свою очередь, сами становятся предметом теоретической научной дискуссии. И все же многие авторы при изучении содержания СМИ считают *приоритетной* одну из категорий. Эта категория — **жанр**. Жанровый анализ в контексте анализа *содержания* принципиально отличается от жанрового анализа в контексте исследований *форм* организации материалов СМИ. Общим остается принятие факта, что жанр есть некая

организуемая структура. Но каково назначение этой структуры? Для журналиста эта структура — способ формальной организации материала (т.е. речь идет о процессе превращения мысли в текст, процессе порождения, кодирования текста). Для читателя эта структура — способ развертывания формы в мысль (процесс декодирования текста). Для специалиста по теории коммуникации оба подхода важны — и анализ СМИ с позиции адресанта, и анализ СМИ с позиции адресата, а также третий подход — анализ с позиции взаимодействия адресант-адресат. Так, можно говорить о приятии новых подходов к прочтению понятия «жанр», которые в свою очередь являются важным шагом к пониманию того, как значение может быть выстроено из **опыта** чтения, просмотра и наблюдения — то есть с позиций приоритетности *адресата*. Полагаем, это и есть перенос акцента в жанровых исследованиях с формы на содержание. Материалы, посвященные проблеме жанра в контексте единения подходов (Эндрю, Холл, 1992, Бахтин, 1975, Тепляшина 1997, Суэлз) позволяют говорить о том, что:

- жанры определяются в равной степени создателями и читателями содержания СМИ;
- жанр определяется по функции, форме и содержанию;
- жанр сохраняет и помогает развивать текстовые формы;
- жанр помогает процессу создания и чтения текста;
- жанры характеризуются их собственной логикой, типом и языком (McQuail 1994).

Современные исследования в области жанров СМИ проникнуты духом жанроведческих работ М.М. Бахтина (см. подробнее Мазнева 1990, Кривенко 1993, Лазарева 1993). И общепринятое в 70-е гг. XX века среди исследователей СМИ определение жанров как *устойчивых, обладающих повторяющимися сущностными и структурными признаками форм отражения действительности* (McQuail 1987) в наши дни оказывается далеко не единственным. Так или иначе, *жанр — понятие многогранное.*

И поэтому, вероятно, нет необходимости ставить вопрос жестко: жанр — это *форма* или *содержание*?

Если рассматривать категорию жанра как форму, которой присуща особая пластичность, способность менять свою структуру, то понятно, откуда берутся так называемые синтезированные жанры, которыми столь богаты СМИ и в частности элитарные средства информации. Современные теоретики приписывают жанру атрибуты, которые не свойственны застывшему, статичному конструкту. Жанр ориентирован на взаимодействие адресанта и адресата, которое по определению динамично. Жанр здесь определяется как специфичный набор формул, который предлагает «сертифицированный продукт» ожидающему потребителю (Эндрю, 1984). Т.е. это и форма (набор формул) и содержание (ожидание, что форма несет определенное содержание, закрепленное за ней). С одной стороны, жанр есть практический инструмент, который помогает СМИ не останавливать свой «производственный процесс» и соотносить их конечный продукт с ожиданиями потребителя (МакКуэйл, 1993). С другой, жанр помогает и аудитории «планировать свой выбор», являясь механизмом, посредством которого осуществляются отношения между двумя основными сторонами в массовой коммуникации.

Нередко о жанре говорится как о *типе коммуникации*, которому присущи три взаимосвязанных аспекта:

(1) *нормативный* (фиксация типичных признаков произведения на уровне *содержания, формы, функционирования* и классификации на их основе готовых произведений составляет суть этого наиболее традиционного аспекта жанровой теории) — такова внутренняя цель классификации способов отражения у Аристотеля, образцовых принципов конструирования эпохи Возрождения, концепция «чистых» жанров в эстетике классицизма. Но нормативная теория жанров — это теория жанров определенной системы, взятой в статике (см. подробнее

«Методология исследований политического дискурса», Выпуск 2: с. 87—94);

(2) *генетический*: жанр зависит от использования определенного кода или смысловой системы, которая определяет значения среди пользователей данного кода (как в процессе кодирования, так и декодирования) в данной культурологической ситуации (Hall, 1980). Жанр способен генерировать множество вариантов, в которых, в свою очередь, узнается первая, оригинальная, основная форма. Эти представления близки идеям М.М. Бахтина, создавшего известное учение о жанрах, а именно *генетическому* аспекту жанра: «В жанре всегда сохраняются неумиряющие элементы архаики. Правда, эта архаика сохраняется в нем только благодаря постоянному ее обновлению, так сказать, модернизации. Жанр всегда тот и не тот, всегда стар и нов одновременно. Жанр возрождается и обновляется на каждом новом этапе развития литературы и в каждом индивидуальном произведении данного жанра. В этом жизнь жанра»<sup>1</sup>. Жанр обладает «творческой памятью», носящей генетический характер. Генетический аспект имеет своего сямского близнеца: *эволюционный* аспект, подразумевающий непрерывность мутаций, которые каждый раз дают качественно иную модификацию;

(3) *конвенциональный аспект*. Обычно под жанровой конвенцией понимают систему установок, высказанных или подразумеваемых договоренностей, существующих в сознании авторов и читателей и проявляющиеся в том или ином жанровом воплощении. Тот факт, что наши жанровые ожидания оправдываются в процессе чтения, как раз и свидетельствуют в пользу существования подобных конвенций. В свое время В.Б. Шкловский определил жанр как конвенцию между автором и читателем, как некий договор о принципах создания и восприятия произведения (Шкловский 1970).

---

<sup>1</sup> Бахтин М.М. Проблема поэтики Достоевского. С.121-122.

В данном исследовании уже само понятие формы (знаковости) рассматривается не как статичное очертание, а как динамично развивающаяся система с присущей ей структурой и элементами. Именно поэтому у жанра есть все стимулы к эволюции и синтезу. Поэтому *мы принимаем определение жанра в сочетании его: функции, формы, содержания*. В рамках данного исследования жанр становится значимым системным элементом коммуникативного содержания, сохраняющим и помогающим развивать текстовые формы, производить и читать тексты. Жанр (как показывает исследование с позиций каузально-генетического подхода) характеризуется наличием собственной логики (линейно-иерархическая характеристика), формата (структурная характеристика) и языка (системная характеристика). (О подходе к жанру с позиций формы и о построении классификации жанров с опорой на их содержание см. подробнее в «Методологии исследований...», Выпуск 2, 87—94.)

Очень интересным по своей сути является также феномен возникновения т.н. *жанровых сообществ* и групп (тж. *дискурсных групп*), имеющих самое непосредственное отношение к идее системности жанров. В данной связи интересно замечание Д.С. Лихачева о том, что жанры «не живут независимо друг от друга, а составляют определенную систему, которая меняется исторически вместе с изменениями в социуме. Поэтому существует прямая зависимость между изменениями в отдельных жанрах и самой системе жанров, появлением новых и исчезновением старых»<sup>1</sup>.

Система жанров имеет свои подсистемы, одной из которых является системное единство *жанров журналистики*. Изучая отдельные подсистемы, мы наблюдаем существование определенных закономерностей в жанрообразовании, понять которые можно также и

---

<sup>1</sup> Лихачев Д.С. Система литературных жанров Древней Руси // Славянские литературы. V Международный съезд славистов. Доклады. М., 1963. С. 47.

через изучение элементов внутреннего единства и функционирования данной системы жанров.

Мы также знаем, что содержание формируется опытом точно так же, как и познавательной деятельностью субъектов. С обретением знаковой формы *познавательная деятельность* и *опыт* генерализуются, обретая тем самым некоторое типовое содержание. Оставаясь результатом конкретной деятельности индивидуумов, они становятся достоянием общества: *в языке есть только общее*. Точно так же речевое поведение индивидуумов и их речевой опыт находят осмысление в социуме, получая свою номинацию в коммуникативных моделях, которые также несут в себе общее, типовое. Таким образом, коммуникативная модель содержания есть не что иное, как жанрово-композиционное решение высказывания, то есть определенная жанрово-композиционная целостность.

Мы принимаем ранее высказанное коллегами утверждение, что жанр (как и слово, предложение, текст) является знаком (см. подробнее Ухванова 1990), а значит, обладает формой и содержанием и является собой единство *познавательного* и *речеповеденческого* начал, познавательного и речеповеденческого содержания. Единение теории отражения и коммуникативной теории позволяет утверждать, что жанр, будучи знаком познания и знаком общения, одновременно задает и отражает речевое поведение и познавательную деятельность общающихся. Эту идею развивает каузально-генетическая теория (см. работы Ухвановой И.Ф.), которая перемещает фокус внимания на трансформные характеристики знакового общения и, в том числе, на взаимозависимость, взаимодополнение, взаимопроявление коммуникативного и референтного видов содержания (жанра как поведенческой реальности и жанра как познавательной реальности). Так, жанровый анализ помогает высветить содержание текста, увидеть мысль в ее структурно-системной, субъект-предметной данности (субъект-предметные отношения).

В рамках нашего исследования важно также осознание того, что жанры формируют открытые цельности (open-ended sets) (см. «Genres and Discourse in Education, Work and Cultural life encounters of academic disciplines on theories and practices». International interdisciplinary conference. Oslo. May 13—16, 2006). Их развитие в истории общества неизбежно вместе с развитием самого общества, ибо одно есть реализация другого. Идентификация кодов, в которых репрезентирован жанр (события) становится сильным подспорьем, как для понимания, так и для композиционных (форматных) решений (Шаубер и Спольски 1986).

Узнавание явления, события, процесса в коммуникативной ситуации, происходит в рамках жанра (опыт общения дает нам эту возможность). Жанр — явление, фиксируемое социумом как, инвариант познавательного (когнитивного) и поведенческого планов, а точнее как инвариант подчинения познавательного плана речеповеденческому, и являет собой системно-структурное образование. Современная теория СМИ идет вглубь, строя также теорию форматов. Впрочем, она еще только в процессе становления. Но ее необходимость очевидна. Жанру трудно охватить весь возможный набор композиционной проекции текстового содержания. Жанр (системная организация текста) есть продолжение формата (структурная организация текста) и наоборот.

Вычленение понятия «формат», без которого уже невозможно охватить содержательную специфику материалов СМИ, и его противопоставление понятию «жанр» позволяет уйти от статического видения композиционного «рисунка текста» и увидеть источник подвижности (от жанра к формату и от формата к жанру) и, соответственно, саморазвития содержательной организации текста. Это, безусловно, важно как для успешного порождения текстов СМИ (для адресанта, то есть журналистов), так и для их эффективного декодирования текстов СМИ (для адресата, то есть читателя: если читатель не понимает специфику различных форматов СМИ или

специфику их жанров, не видит разницу между ними, то это незрелый, начинающий читатель).

Понятие «формат» можно соотнести с понятием «медийная логика» (Atheide, Snow 1979). Последнее есть имплицитный набор правил и норм, определяющих, каким образом *содержание* должно быть формально организовано и представлено для того, чтобы оптимально *структурировать* физическое пространство своего средства информации и при этом соответствовать порождающим потребностям «хозяина» и перцептивному ожиданию аудитории. Опыт знакомства аудитории с форматами помогает ей безошибочно выбирать «свои» материалы и выбраковывать «чужие» («свои», то есть близкие по духу, значимости, глубине изложения, времени, участникам общения, ситуации общения).

Таким образом, **формат** — это, с одной стороны, реальные люди, коммуниканты, организованные в текстовом пространстве, определенные временные рамки (для письменного текста здесь важно количество знаков), положение (месторасположение) материала в издании. С другой, это сочетание устойчивых формальных признаков текстов СМИ с определенным содержанием (устойчивыми структурными компонентами стиля) (Добросклонская 2000), которые теперь принято называть (в силу единения формы и содержания) форматными признаками текста.

## **II. 5. Содержание СМИ с позиций каузально-генетического подхода**

В настоящее время библиография каузально-генетического подхода насчитывает более 70-ти наименований (см. работы И.Ф. Ухвановой-Шмыговой, Н.А. Кулинки, Н.А. Елсуковой, А.А. Маркович, А.В. Поповой, Е.В. Савич, О.А. Туркиной, О.А. Калиновской, Л.В. Курчак). Данный подход заявлен в качестве методологии и теории, моделирования различных функциональных содержательных единств и

конкретных методик анализа различного вида содержания. Среди последних можно назвать методику дискурс-портретирования или реконструкции адресанта (Ухванова, Маркович, Ухванов, 2002), а также методику, актуальную в контексте данного исследования, а именно, методику реконструкции дискурс-картин мира и кортежного взаимодействия (взаимодействия коммуникантов).

Каузально-генетическая перспектива выводит нас в сферу интердисциплинарных подходов, предлагая интегративный взгляд на исследуемый объект (см. подробнее «Методология исследований...» 1998, 2000). Интегративность здесь принимается и на уровне методологическом: единение статического, динамического и функционального подходов, а также всех существующих методологий — позитивизм, интерпретативизм, критическая (а также постмодернистская) методологии, на уровне моделирования (в каузально-генетическую, теоретическую модель вписаны семиотические и семиологические модели содержания Фреге, Морриса, Пирса, Клауса, Соссюра, Супруна), и на уровне методик/ техник/приемов (множественность методик, используемое для сбора базы данных и верификации результатов исследования — необходимое условие исследовательской программы, выполняемой в рамках каузально-генетического подхода). Интегративность здесь отвечает двум принципам: принципу *взаимодополняемости* и принципу *верификативности* (проверяемости).

**Каузально-генетическая исследовательская модель** рассматривает содержание в единстве таких его видов как: иерархическое содержание (прагматическое, прочитываемое в дихотомии «прагматика предмета общения»—«прагматика кортежа»), структурное содержание (когнитивное, прочитываемое в дихотомии «структура предмета общения»—«структура кортежа общения»), системное, или (по Соссюру) парадигматическое содержание (прочитываемое в дихотомии «вербализация предмета общения»—

«вербализация кортежа общения») и линейное или синтагматическое содержание (прочитываемое в дихотомии «синтактика предмета общения» — «синтактика кортежа общения»). Все обозначенные выше виды содержания (а точнее сам факт их существования) показывают, как содержательное пространство языкового знака (текста/макротекста) организована структурно, системно, иерархически и линейно. Соорганизуясь, все четыре пространственных вида содержания формируют как предмет-ориентированное содержание (референтное, организующее видение коммуникантами предмета общения), так и субъект-ориентированное содержание (кортежное, организующее видение коммуникантами себя в общении). Таким образом, целостность содержания есть единство двух содержательных субъективностей, которые переплетены, и каждое из которых как бы демонстрирует себя на фоне (в контексте) другого. Референтное и кортежное содержание представлены соответственно:

- *дискурс-картиной мира и*
- *дискурс-картиной кортежного взаимодействия,*

т. е. тем целостным текстовым пространством (дискурса), которое подвергается анализу, будь то газетная статья, рубрика, целостный выпуск издания, либо нечто иное (см. об этом подробнее Ухванова-Шмыгова 2003, 74—79 учебно-методического комплекса «Дискурсные методики в социологическом исследовании»).

Для исследователя важно учесть все содержательные позиции анализируемого продукта коммуникации, но при этом все равно, с какого содержательного среза начать. Аналитическое видение необходимо, «пройти» каждую позицию необходимо. Но далее также нужно соединить собранный материал и увидеть содержание как целостную, функциональную величину, подвижную внутри, имеющую свои центробежные и центростремительные силы. Любая последовательность шагов помогает собрать базу данных для последующего описания,

сопоставления анализа и синтеза. Все они вместе обеспечивают верификативность (проверяемость) результата исследования.

Итак, мы остановились на том, что содержание текста является собой целостность, внутри которой существует встречное движение двух начал — референтного и кортежного. Каждое из них представлено в четырех пространственных планах — иерархическом, структурном, системном и линейном. Передать эту многосоставность содержания помогают нам термины — «дискурс-картина мира» (предмет-ориентированное содержание текста) и «дискурс-картина кортежного взаимодействия» (субъект-ориентированное содержание текста). Понять текст глубоко (аналитически) — это реконструировать эти картины. Методика реконструкции включает в себя соответствующие этапы и шаги. Их прохождение и есть исследовательский процесс. Все этапы и шаги прозрачны, проверяемы. При любом сомнении исследователь возвращается к началу пути.

Опишем здесь также специфику работы с каждым из содержательных блоков:

(1) изучение содержания текста с фокусировкой на *референтное содержание текста* предполагает поиск ответов на вопросы: о чем текст, как это «о чем» организовано тематически, как эти темы соотношены между собой. Иначе говоря, здесь мы реконструируем тематический срез текста в его структурной и иерархической данности (с помощью когнитивных карт или таблиц). На периферию внимания уходит форма изложения, вербальный ряд. (Так, если в тексте говорится о столах, стульях и т.д., то мы скажем, что тема — «мебель»; если говорится о том, как создается «мебель», тема может быть — «производство» или «дизайн мебели»). И здесь не важно, использует ли автор те слова, которыми мы сформулировали тему или нет, а важно, чтобы они были оптимально точны и передавали суть предмета разговора);

(2) встречное направление — от знака к теме: изучение содержания текста с фокусировкой на вербальный ряд, которым подана мысль (тема/темы). Внимательное отношение к слову, знание языкового кода уточняет тему и ее развитие, по-своему окрашивает ее, добавляет что-то специфическое. На этой (по существу, банальной для лингвиста процедуре) мы и сосредотачиваем наше внимание. Причем вербальный ряд для нас важен с позиции его системной (парадигматической) характеристики, и с позиции его линейной (синтагматической, коллокативной) характеристики.

Цели обоих исследовательских ракурсов совпадают: определить референтное содержание в его «чистом» (о чем текст) и ее вербальном планах (как это «о чем» представлено). Исследование с двумя фокусировками внимания помогает верифицировать анализируемый материал. Иногда адресант называет одну тему, а говорит по существу о чем-то ином. Порой, тема может не называться, либо не называться прямо, а лишь косвенно, фокусируя внимание отдельно на вербальной репрезентации и отдельно на том, что за ней стоит. Мы перепроверяем, о чем именно данный текст: что сказал автор благодаря словам, и что сказал автор, несмотря на выбранный лексический ряд.

Соответственно реконструкция кортежного содержания будет в чем-то повторять эти этапы:

(1) изучение содержания текста с фокусировкой на кортежное содержание текста предполагает поиск ответов на вопросы: какие роли на себя берет адресант и какие приписывает адресату, как эти роли организованы иерархически и линейно. Как правило, коммуникант одновременно берет на себя несколько ролей, но какая-то из них более важная, нежели другая, а последняя более важна, чем третья и т.д. Видение всех взятых на себя адресантом ролей важно как с позиций их ранжирования, так и с позиций того, меняется ли это ранжирование по ходу развития текста. Таким образом, мы увидим, как адресант строит

отношения с адресатом. Если адресату не понравится роль, отведенная ему адресантом, он может отказаться от общения. Если он вступает в общение, то, как бы, принимает правило игры. Эти два вида реализации кортежного содержания всегда актуальны, они, словно, лежат на поверхности и легко узнаются коммуникантами, независимо от того, осознают они это или нет. Два других — сложнее поддаются реконструкции, ибо они находятся в поле потенциального содержания.

(2) Кортежное содержание может быть реконструировано также на основании реконструкции формата общения (структурное развитие кортежного содержания), и жанра общения (системное развитие кортежного содержания). Это встречное направление по отношению к тому, что описано в пункте (1). Формат и жанр задают отношения коммуникантов точно также как и роли. Если коммуникант принимает тот или иной формат общения и жанр общения, это означает, что он принимает ту или иную специфику взаимодействия с другим коммуникантом. Соответственно, реконструировав содержательные особенности формата и жанра, мы реконструируем особенности взаимодействия «адресант-адресат».

Каузально-генетический подход к изучению содержания дискурса является авторской разработкой (см. работы И.Ф. Ухвановой-Шмыговой). Данная перспектива воплощена в конкретной теории и конкретных практиках (методиках, приемах) анализа содержания текстов (макротекстов), включенных в контекст социального взаимодействия, а значит и дискурсий (отдельных текстов в субъектной ситуации общения, то есть речевых практик) и дискурсов (совокупность дискурсий). Содержание текста в каузально-генетической перспективе — это диалектическое *единство* репрезентативного, функционального и деятельностного планов содержания. Каузально-генетический подход максимально интегративен (т. е. находит место в своих моделях всем актуальным сегодня семиотическим и семиологическим построениям).

Полагаем, что он также перспективно значим с позиций анализа содержания текста/дискурса, ибо уже доказал на практике возможность своего применения на открытом множестве дискурсов — гендерном, политическом, консолидирующем, педагогическом, а также дискурсе лоббирования, конфронтации и др.

Для нашего исследования мы выбрали данное направление, фокусирующее внимание на единении предмет-ориентированной и субъект-ориентированной содержания, в том числе и потому, что оно дает возможность проследить специфику функционирования текстов журнального издания как единого целого. Полагаем, что это особенно важно для главных редакторов журналов, редакторов отдельных полос, литературных редакторов — для тех, кто организует материал на журнальной полосе, кто не должен упустить целостное видение журнального издания. Это может быть интересно и тем, кто изучает аудиторию СМИ, специфику воздействия на нее печатной продукции.

Дихотомия «предмет-субъект ориентированный субъект - ориентированный виды содержания» придает подвижность, то есть функциональное бытие журнальному изданию и в то же время относительную стабильность, что необходимо каждому конкретному изданию СМИ, обеспечивая его узнаваемость и, в определенном смысле, уникальность.

Каузально-генетический подход демонстрирует симметрию в том, как «упаковано» содержание текста в ситуации общения (т. е. содержание дискурса). В нем — встречные противостоящие начала. В симметрии, как мы знаем, нет движения, а лишь его предпосылка. Именно поэтому эта модель и комментируется как иллюстрирующая статичное содержание текста. Где же искать толчок? Таковым является прагматическая составляющая, то есть субъект как лицо *познающее* (субъект-предметные отношения) и лицо *общающееся* (субъект-субъектные отношения). Отсюда и двойственность прагматики. Каждое из этих направлений

прагматики могут видиться в качестве самостоятельных. Но эта самостоятельность мнимая. Все дело в фокусе внимания: что именно важнее для коммуниканта в данной субъектной ситуации общения? Целевая установка и регулирует фокус внимания. Каузально-генетический подход определяет прагматику (иерархическую/аксеологическую компоненту содержания) в качестве ключевой (нарушающей симметрию). Благодаря ей организованные в дихотомии содержательные структуры становятся открытыми, функционально репрезентативными. Модель может быть открытой и закрытой одновременно (дальнейшее моделирование в рамках каузально-генетического подхода предлагает модель «открытого конверта»).

Подытоживая, добавим только, что каузально-генетический подход определяет диапазон содержания (операционализацию), а значит и программу исследования, предлагая принять во внимание абсолютное коммуникативное условие функционирования печатного издания: наличие кортежа общения (адресанта и адресата в их взаимодействии). При этом, взаимодействие может быть задано как адресантом (издателем, редактором, автором статьи, дизайнером-оформителем), так и адресатом (читателем), так как от читателя зависит продаваемость издания.

Данный подход вбирает в себя ключевые исследовательские перспективы, разработанные в семиотике и семасиологии. Так, в каузально-генетическую модель входят семиологическая модель содержания знака Ф. де Соссюра, семиотические треугольники Фреге, Морриса (Morris Ch. Signs, 1946), Пирса, а также семантический квадрат Г. Клауса (см. подробнее «Сила слова» 1967) и четырехгранная семиотическая модель содержания А.Е. Супруна (1975). Помимо этого в ней отражены лингвистическая (Якобсон) и социолингвистическая модели коммуникации. Модель отталкивается от современного состояния развития прагмалингвистики и, тем самым, способствует ее дальнейшему развитию, предлагая дифференциацию прагматики на прагматику

референта (актуализация субъект-предметные отношений) и прагматику кортежа (актуализация субъект-субъектных отношений). Прагматическая координата может быть основой построения содержательной типологии материалов СМИ (Ухванова, 1996).

## **II.6. Рабочая исследовательская модель и ее операционализация**

Наша исследовательская модель анализа содержания дискурса ЭСИ выстроена с опорой на каузально-генетический подход и методики, рожденные благодаря ему, которые можно также назвать *методиками качественного анализа сложных языковых знаков* (статьи/рубрики/выпуска издания). Это такие две методики как:

- методика реконструкции *дискурс-картины мира* (или предмет-ориентированного содержания дискурса) и
- методика реконструкции *дискурс-картины кортежного взаимодействия* (или субъект-ориентированного содержания дискурса).

Обратимся непосредственно к технологической стороне исследования: описанию *исследовательского алгоритма* каждой из методик. Алгоритм представлен пошагово (поэтапно), чтобы логика исследовательского процесса была максимально прозрачной.

### **II.6.1. Реконструкция предмет-ориентированного содержания материалов ЭСИ**

Процесс реконструкции предмет-ориентированного содержания текста ЭСИ представлен четырьмя этапами:

1. сбор базы данных исследования;
2. организация собранного материала в таблицы;
3. описание базы данных;

4. осмысление описанной базы данных, ее оценка, интерпретация и  
выводы

Первый этап

«Сбор базы данных исследования» делится на три последовательных шага.

- Шаг 1: это реконструкция дискурс-категории «журналистский повод» т. е. поиск причин(ы) появления материалов в печатном издании. Повод может быть подан как эксплицитно (наличие сноски, соответствующее название рубрики и т.п.), так и имплицитно. В настоящее время журналистские поводы часто вербализируются, о чем свидетельствует, например, наличие сносок, анонсов уже непосредственно на первой странице издания. Данный шаг обусловлен тем, что наличие этой дискурс-категории в анализируемых нами текстах не только очевидно, но и характерно. Иначе говоря, данный шаг обусловлен материалом исследования, в то время как два последующих шага обусловлены избранной нами методикой анализа (каузально-генетическая модель).

- Шаг 2: определение всех тем анализируемого материала и выявление, таким образом, его тематического среза/тематической палитры с учетом его структурного и иерархического развития (значения и значимости).

Например, в журнале «The Lion» темой становится конкретный благотворительный *проект*. Как эта тема структурируется? Есть ли информация о временных рамках проекта? О чем еще? Что при этом важнее? Как это «о чем» развивается дальше?

Иначе говоря, каждая тема требует своего поиска и детализации (это и есть поиск их *значения*). Детализация верифицирует наличие темы. Все найденные темы требуют осознания их *значимости*: нахождения их места в общей иерархии тем анализируемого материала. Как видим, этот шаг систематизированный и состоит из 2-х ступеней.

- Шаг 3: это определение знакового (системного и линейного) ряда тематического среза. Так линейный анализ предполагает нахождение значимой последовательности знаков: какое линейное развитие получает каждая тема (ее эволюция). Здесь важно найти информативно значимые (ключевые) слова, словосочетания и синтагмы, и их линейное распределение в печатном издании (Елсукова Н.А., 1998). Системная характеристика тем выявляется, когда мы ищем, какими кодами (лексический, грамматический, синтаксический) тема подается. Таким образом, и этот шаг — синтезированный и состоит из 2-х ступеней.

Например, анализируя обнаруженную в журнале «The Lion» тему «благотворительный проект», мы обращаем внимание на то, что эта тема вербализируется с помощью профессиональной статусной лексики. Теперь надо определить как эти лексические поля организованы в отдельных материалах выпуска: какие из терминов являются центральными, а какие периферийными и, далее в какой последовательности они подаются. Все это важно, ибо влияет на специфику подачи темы и ее развитие, ее эволюцию.

#### Второй этап

«Организация собранного материала в таблицы» — логическое продолжение 1-го этапа. Он также многоступенчат, и количество ступеней зависит от опыта исследователя. Собранную на 1-м этапе базу данных необходимо зафиксировать письменно и сорганизовать визуально (пространственно). Поиск, производимый на первом этапе, это, своего рода, проба. Фиксируя результаты поиска в письменном виде в таблицах, мы не просто записываем все, что обнаружили в исследуемом материале, но делаем это в постоянной «перегруппировке»: одна и та же вербальная «оболочка» может быть информативна с самых разных позиций, и поэтому дублироваться в разных частях таблицы или в разных таблицах. Количество таблиц зависит от количества дискурс-категорий, по которым

мы собираем базу данных, но также и от того, насколько глубоко мы исследуем специфику реализации избранных нами дискурс-категорий в изучаемом дискурс-пространстве (исследуемом материале), ибо операционализация категории может быть многослойной. Приведем примеры таблиц, которые нам оказались полезными для сбора базы данных в контексте данного исследования:

Таблица 1

**Ключевые дискурс-категории предмет-ориентированного  
содержания в их развитии**

	Журналистский повод	Тематический срез		Знаковое воплощение тематического среза (как они представлены: особенности лексического, грамматического, синтаксического выражения)
		Темы в их структурном развитии (темы, подтемы, детализация их подтем)	Темы в их иерархическом развитии (как маркирована их значимость)	
	1	2	3	4
1	...	...	...	...

В шапке табл. 1 мы видим все Д-К., заявленные в рамках первого этапа. Таблицы заполняются несколько раз: в начале в виде списков, а затем в виде организованных, осмысленных блоков с различного рода пояснениями. В связи с объемом материала каждый из столбцов фактически может стать самостоятельной таблицей. Добавить: в процессе заполнения таблицы, т. е. появления комментариев и пояснений Д-К. «тема» может получить развитие не только в конкретных номинациях (непосредственное название тем), но в обобщениях, что приводит к включению в сбор базы данных операциональных Д-К. Это могут быть такие Д-К. как «атрибутивность», «время», «самоидентификация» и др. Мы их не можем задать списком заранее, ибо они вычлняются эмпирически. Сам анализируемый материал, а точнее его осмысление, помогает нам выявить набор актуальных для каждого отдельного

анализируемого таким образом текста, что соответствует логике построения процедур и техник обоснованной теории в контексте качественного исследования текстов как социальных документов (Страусс А., Корбин Дж. 2001).

Примером служит Таблица 2.

Таблица 2.

**Знаковое воплощение тем, обнаруженных  
в выпуске журнала «The Lion»**

Темы:	Тема «Президент»	Тема «Семья»	Тема «Проекты»			
Подтемы			Названия проектов	Целевая аудитория проекта	Сроки исполнения проекта	Исполнители проекта
Знаковое воплощение (с опорой на лексический ряд)	Международный президент Член клуба Отец большой семьи (членов клуба, ассоциации) Руководитель Лидер Организатор Меценат Профессионал	Ассоциация Клуб Союз  Братья Близкие	1)«Бездомные дети»	100 млн. бездомных детей по всему миру, брошенные дети и т.д.	С 1996	Члены клуба Общественные организации UNISEF ООН
С опорой на грамматический ряд						
С опорой на синтаксический ряд						

Логика заполнения табл. 2 предполагает скрупулезное выписывание и группировку знакового ряда (по его лексическим, грамматическим, синтаксическим характеристикам) актуального для той или иной темы выявляемого в рамках всего исследуемого материала.

Табл. 3 помогает увидеть еще один вариант исследовательской логики. Здесь мы определяем те дополнительные темы исследуемого материала, которые «приходят» к читателю/исследователю, при внимательном изучении вербального ряда материала.

Таблица 3.

### Темы, рожденные знаковым рядом

Тематические поля	Знаковое развитие		Комментарий (формулировка темы, которая рождается благодаря данному конкретному наполнению поля)
1	2		3
поле статусной лексики	Президент, мэр, председатель, посол, генеральный секретарь...		статусность
поле цифр	1.4 млн., 7000 US\$, 1996—1997 гг. ...		точность
поле географических названий	США, Великобритания, Африка...		широта охвата
поле название организаций	ООН, UNISEF, Национальный комитет церквей ...		значимость, авторитетность
1	2		3
поле времени	актуальное настоящее	Решаем (are solving), строим ...	время
	неизбежное будущее	Организуем (will organize), оплатим, приготовим ...	
	результативное настоящее	Построили (have built), поставили, оборудовали ...	
...	...	...	...

В данном случае специфика словарного массива и специфика грамматической репрезентации являются для исследователя изначально самостоятельными. Таблицы 2 и 3 имеют встречное движение: от общего

к частному (от идеи к ее вербализации) и от частного к общему (от вербализации к идее), что обеспечивает, с одной стороны, максимально возможный охват тематической полноты исследуемого материала, а, с другой стороны, верификацию (проверку) реального тематического наполнения этого материала.

Заполняя табл. 2, мы смотрим, действительно ли эта тема получает свое развитие, и как именно. Заполняя табл. 3, мы стремимся выделить лексические парадигмы, которые несут смысловую (содержательную) нагрузку и дать им обобщающие названия, которые по существу номинируют (как в нашем случае имеет место) дополнительные темы. Так верификация приводит к уточнению, дополнению, расширению ранее определенного тематического поля анализируемого нами текстового пространства.

Иначе говоря, оба вида логики, используемых в табл. 2 и 3, позволяют увидеть содержание в его двойной направленности: предметной и предметно-знаковой (предметно-тематической и знаково-тематической). В дальнейшем это должно помочь избежать возможных ошибок и заблуждений, ибо каждая обозначенная тема будет детально описываться с опорой на эти таблицы

### Третий этап

«Описание базы данных», собранной с помощью обоих вариантов таблицы. К данному этапу можно приступить после того, как представленные выше таблицы станут «читаемы», то есть четко организованы и систематизированы. Описание базы данных следует той же логике тщательности и скрупулезности, что и работа с массивом эмпирического материала. Например, при описании выписываемой лексики, которая репрезентирует тему и ее последующей систематизации, мы увидели, как она сорганизуется, в какие группы или подгруппы. Это описывается с учетом ранжирования этих групп (какой лексики больше/меньше, хотя количественный показатель не всегда равен

значимости, поэтому к индексу «больше/меньше» мы перепроверяем), насколько она вариативна, деривативна и как это влияет на содержание темы. Причем даже если, например, эмоционально-экспрессивная лексика, или сленг или что-то еще встретились единично, на это стоит обратить внимание, ибо, если журнальное/газетное издание использует такое слово, хотя бы единожды, значит, данное издание считает это для себя (для своей *дискурс-картины мира*) допустимым.

Все определяемые и верифицируемые в ходе исследования темы стали, фактически, ключевыми Д-К., которые сорганизовали содержание исследуемых в данной работе ЭСИ. В начале список тем открыт. Здесь важно отметить, что если в количественном исследовании возможно бесконечно расширять корпус анализируемых текстов, добавляя новые то, в качественном исследовании можно уходить вглубь, в поиске новых тем (которые становятся в ткани исследования категориями, углубляя наше понимание о содержании прочитанного).

#### Четвертый этап

Этап «осмысления описанной базы данных, ее оценки, интерпретации и выводов». После описания каждой из составляющих таблицы, то есть после этапа поступенчатого анализа, можно перейти к описанию предмет-ориентированного содержания исследуемого материала в целом, то есть к этому этапу синтеза: вернуть нарушенные связи. Используя язык метафоры, можно сказать, что собран анамнез пациента, и на основании его необходимо поставить диагноз (при этом мы помним, что в данном случае речь идет об исследовании «отдельного случая»).

И здесь не следует бояться «тавтологии»: повторения неизбежны, но в любом случае, мы находимся на другой ступени осмысления: описывая *дискурс-картину мира* (картину мира, репрезентированную конкретным текстом с учетом его ситуации общения) в ее целостности,

мы знаем что все, полученные нами результаты репрезентативны, ибо получены в результате строгой исследовательской процедуры.

На этом этапе мы как бы поднимаемся над полученными результатами, чтобы увидеть их целиком, и здесь видим необходимость обратиться еще к 2-м категориям: «топик» (сквозная, глобальная тема материала) и «фокус» (то, на чем материал фокусирует внимание, ради чего он включен в общение, во взаимодействие «автор-читатель»).

Как именно *топико-фокусная содержательная компонента* проявляет себя в ЭСИ, нам еще предстоит изучить. Полагаем, что и на этом этапе можно вернуться к осмыслению материала с помощью табл. 4, в которой пройдем по ступенькам построчного комментария, чтобы подойти к общему выводу.

Таблица 4

### Ключевые дискурс-категории

Ключевые дискурс-категории			
Журналистский повод (предметная ситуация общения)	Темы статьи/рубрики/номера (выпуска) издания	Знаковые темы (темы с акцентом их вербальную/знаковую репрезентацию) статьи/рубрики/номера (выпуска) издания	Топико-фокусная характеристика (построчный комментарий)
1	2	3	4
...	...	...	...

### II.6.2. Реконструкция субъект-ориентированного содержания материалов ЭСИ

Процесс реконструкции субъект-ориентированного содержания текста ЭСИ представлен четырьмя этапами и в целом симметричен вышеописанному:

1. сбор базы данных исследования;

2. организация собранного материала в таблицы;
3. описание базы данных;
4. осмысление описания базы данных, ее оценка, интерпретация и выводы.

### Первый этап

«Сбор базы данных исследования» состоит из 4-х последовательных шагов.

- Шаг 1: здесь операционализируется *кортежное содержание* на основании такой Д-К., как *кортежная характеристика издания*, развивающейся линейно и иерархически. В процессе исследования определяются субъекты коммуникации, которые помещаются в группу *непосредственного* или *опосредованного* кортежа.

- Шаг 2: здесь исследуется кортежная характеристика текста (статьи/рубрики/выпуска элитарного издания), рассматриваются по отдельности и определяются *роли*: (а) *адресанта текста* (им(и) может быть член(ы) редколлегии издания, журналист(ы), эксперт(ы) в какой-либо области, читатель(и) издания и т.п); и (б) *адресата (целевой аудитории) текста* — «идеального» адресата, имеющего характеристики «конкретного потребителя конкретного продукта», обладателя «идеального для данного издания» возраста, пола, уровня доходов, образования, социального статуса, характера трудовой деятельности, места жительства (мегаполис, город, поселок, село), национальности и т.п. (Jamieson 1992). При этом учитывается то, что любое печатное издание формирует свою аудиторию: она может представлять собой как *максимально* большое количество читателей (значимый сегмент социума), так и *небольшую группу* людей, объединенных, например, рамками одного клуба или социального института.

Здесь важны не параметры (а) и (б) сами по себе, а то, как они заложены в текст. Можно ли будет декодировать из текста ЭСИ эти или какие-то иные характеристики, покажет его практический анализ.

- Шаг 3: определяются *вид(ы) общения (тип(ы) коммуникации)*, *ролевое взаимодействие*, что является иерархическим параметром кортежной информации, характер взаимодействия коммуникантов (субъектов общения) с учетом его отражения в содержании текста статьи/рубрики/выпуска издания ЭСИ.

Здесь появляется возможность посредством анализа определить, насколько текст диалогичен, открыт, доступен (в буквальном и переносном смысле этого слова), какова степень открытости/закрытости коммуникации.

Инвентаризация всех видов общения в различных видах дискурса, которую проводят исследователи, безусловно, важна, но в любом случае мы, как и ранее, идем не от открытого списка того, что может быть обнаружено, а непосредственно от эмпирического материала. Имеющие списки настраивают нас на определенное ожидание, что неплохо, но согласно процедурам и техникам *обоснованной теории* (Страусс А., Корбин Дж. 1967, 2001) мы должны быть открыты новому: должны уметь вычленять категории во время самого исследовательского процесса — «развертывать их из данных» (там же). Поэтому на данном этапе выписывания алгоритма поиска можно лишь предположить, что же именно удастся обнаружить. Мы, например, проанализируем, насколько *широко* общение, какие виды взаимодействия проявляются. В теории анализа кортежного содержания описаны как *широкие* типы общения (обозначенные в парадигме исследований потенциальной прагматической информации), а в их рамках: полностью закрытое общение, открытое ограниченное общение, неограниченное общение; так и максимально *конкретизированные* классификации типов общения, а в их рамках: коллегияльный, дидактический, широкий демократический, узкий демократический, широкий авторитарный, узкий авторитарный, патриархальный. Здесь список может быть продолжен, так как все будет зависеть от того, какой дискурс-эпизод подвергнут исследованию, при

этом термины авторитарный/ демократический не несут в нашем случае никакой идеологической нагрузки (Богушевич, Ухванова 1991).

Шаг первого этапа *сбора базы данных исследования* — это исследование знаково-кортежной составляющей: определение и описание *жанровой палитры* и *формата*. (В первом случае анализируется содержательное наполнение жанров в диапазонах «активность/ пассивность», «открытость/ закрытость» и определяется содержание, заложенное в каждой из групп (системная характеристика содержания). С учетом репрезентации события, возможности инициировать отношение аудитории можно выявить следующие жанры (см. подробнее УМК, Ухванова-Шмыгова 2003):

- жанры, *репродуцирующие* актуальные события: «информационный материал», «информационно-аналитический материал», «информационно-полемический материал», «аналитический материал», «интервью», «фотофакт», «законодательные акты», «письма читателей», «письма с редакционным комментарием», «полемические статьи», «мнения политиков/экспертов», «письма об издании»;
- *активные жанры*: «статья главного редактора/edito», «цитата», «коллаж»;
- жанры-*сателлиты*: «фотография», «дружеский шарж»;
- *культурологические материалы*: «исторический очерк», «художественная литература/художественный текст», «развлекательная информация», «интеллектуальные игры»;
- (коммерческая) реклама: «объявления», «заказные статьи», «самореклама» (реклама издания), «реклама»;

Во втором случае анализируется содержательное наполнение *формата*, то есть композиционная, или структурная, организация общения: месторасположение материала, количество строк или страниц, а

также объем занимаемой площади на странице, организацию в колонки или столбцы, ширину и количество последних.

Полагаем, что исследование субъектной ситуации общения в части ее знакового воплощения было бы неполным, если бы мы упустили из вида *невербальное знаковое поведение* (символику, шрифты, особенности верстки страниц, форматирование текстов, цветовой дизайн) и поиск того, какие *содержательные* акценты расставляет такое поведение, что оно манифестирует. Это и будет пятым, завершающим шагом первого этапа.

### Второй этап

«Организация собранного материала в таблицы» не является чем-то самостоятельным: это — интегральная часть первого этапа. Здесь заполняются таблица на основании всего массива информации, собранной на первом этапе. Пример такой таблица ниже:

Таблица 5

### **Операционализаторы субъект-ориентированного содержания текста СМИ**

<b>ЗНАКОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КОРТЕЖНОГО СОДЕРЖАНИЯ с учетом линии ее развития (примеры из текста, по которым мы реконструируем роли)</b>	<b>КОРТЕЖНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОДЕРЖАНИЯ И КОММЕНТАРИЙ</b>	
	<b>Роли АДРЕСАНТа</b>	<b>Роли АДРЕСАТа (целевой аудитории)</b>
1	2	3
-"	-"	-"

В левую колонку выписываются предложения или словосочетания (синтагмы), которые, как подсказывает интуиция (использование метода абдукции), репрезентируют характерные способы общения «адресант-адресат». В правой декодируются виды общения, реконструируются роли, которые «адресант» приписывает своей аудитории, они комментируются и определяется, являются ли роли парными.

### Третий этап

Этап *«описание базы данных»*. Этап реализуется, когда представленная выше таблица оказывается максимально наполненной, «читаемой» и систематизированной, ибо качественное описание возможно только при наличии оптимально организованного эмпирического материала. Эта таблица должна быть максимально представлена, чтобы в результате метод абдукции стал работать и постепенно перешел в метод индукции (сбор достаточного количества информации, чтобы сделать соответствующее обобщение). Данный этап, полагаем, является в данном исследовательском алгоритме существенным, поскольку зачастую мы «хватаем» идею и думаем, что все уже вроде сказано, оставляя «за кадром» интенциональное (подразумеваемое). Это немаловажно, если в базе данных обнаруживаются конфронтирующие позиции (например, в знаковом и незнаковом параметрах), когда вербальный ряд не отражает, но «прикрывает» предмет общения, который находится глубже того, что манифестирует вербальный ряд и, соответственно, актуализируется то, что называют «затекстовым содержанием».

### Четвертый этап

Этап *«осмысление описания базы данных, ее оценка, интерпретация и выводы»* является, по сути, завершающим в исследовании субъект-ориентированного содержания текста ЭСИ. Это этап синтеза, на котором субъект-ориентированное содержание текста ЭСИ описывается в своей целостности.

Завершающим этапом исследовательского алгоритма становится сопоставление *предмет-ориентированного содержания текста ЭСИ* и *субъект-ориентированного содержания текста ЭСИ* с учетом целостности этих синтезированных дискурс-категорий и выявление того, как они взаимодействуют, а значит, как функционирует ПС текста ЭСИ в целом. Такой подход может дать определенные гарантии качественного

представления репрезентативности каждого из элементов анализа. Полагаем, что процесс сопоставления позволит сделать как частные выводы по предмет-ориентированной и субъект-ориентированной информации ЭСИ, так и более общие, позволяющие определить типформирующие и тип-классифицирующие характеристики ЭСИ, расширить инвентаризацию типов взаимодействия «адресант и адресат».

Иначе говоря, в процессе изучения предмет-ориентированного содержания текста ЭСИ и субъект-ориентированного содержания текста ЭСИ в выбранных нами изданиях мы увидим и опишем специфику функционирования международных ЭСИ, определим их типологические и эксклюзивные черты, а также тенденцию их развития, их лицо.

## II.7. Обобщение результатов

Итак, ЭСИ — реально существующий феномен, оцениваемый, изучаемый исследователями. ЭСИ — это издания, ориентированные на высокостатусные социальные группы, являющиеся законодателями точек зрения, творцами мнений, лидерами в организации информационных потоков, серьезно влияющие на формирование и представление той или иной позиции другими СМИ; ЭСИ значимы своей влиятельностью, а также специфической аудиторией, технологией и организацией производства.

К основным критериям, согласно которым определяются современные ЭСИ, относят их формальную независимость от государства и клановых интересов, включенность в социум в качестве значимого учреждения политической и социальной жизни, специализацию журналистов, первостепенную роль в формировании и коммуницировании мнений/ оценок/точек зрения.

ЭСИ занимают особую ступеньку в иерархии самих СМИ, являясь таковыми с точки зрения их адресант-адресатной характеристики, информации коммуникативного плана, информации об отношениях и взаимодействии коммуникантов.

Опора теоретико-методического плана данного исследования — методики исследования плана содержания СМИ в целом.

Современная наука о языке уже осмыслила идею многогранности, полисемичности, вариативности содержания текстов СМИ и приняла как факт необходимость интегративных подходов к ее изучению. Последние применимы для изучения особенностей функционирования текстов на массовую и специальную аудиторию (и не только для этого, но и всего огромного, постоянно усложняющегося социального пространства и внутреннего духовного пространства человека) привела к рождению

синтезированных дисциплин. Теория коммуникации — одна из них. Сегодня она активно осваивается.

Семасиология как одно из направлений не только лингвистики, но и теории коммуникации (МакКуэйл, 1994) подготовила почву для нового витка изучения содержания продуктов СМИ в их целостности и функциональной данности. Их демонстрирует интегративная по сути каузально-генетическая перспектива. Новые направления, возникшие в русле теории коммуникации и теории дискурс-анализа, считаются эффективными для исследований функционального бытия содержательного пласта текстов СМИ, ибо они расширяют прагматику, выводя ее на уровень прагматики кортежа, или субъект-субъектных взаимодействий, углубляют прочтение категорий адресант и адресат, в большей степени учитывают специфику социальной организации общества и культурологические феномены, но при этом сохраняют живое внимание к форме как основе, «купели» содержательного пространства.

Каузально-генетический подход явился интегрированным направлением, вобравшим в себя подходы всех ключевых моделей содержания, а именно Ф. де Соссюра, Ч. Морриса, Ч. Пирса, Г. Клауса, коммуникативную модель Р.О. Якобсона, а также социо-лингвистические модели коммуникации. Только поэтому каузально-генетический подход актуален сегодня. Без опоры на весь предыдущий опыт семиотики и семасиологии и постмодернистских исследований невозможно целостное функциональное изучение содержания текстов и макротекстов в единстве их смыслового (субъект-объектного) и коммуникативного (субъект-субъектного) начал. *Каузально-генетическая* подход явился основой для создания целой группы новых исследовательских методик. Благодаря последним содержание языкового знака можно изучать на новом функционально-динамическом уровне, что позволяет увидеть и операционализировать ключевые исходные позиции содержания макротекстов, провести их реконструкцию.

За **предмет-ориентированным содержанием текста ЭСИ** стоят референтный план (тематическое содержание в его иерархическом и структурном развитии) и знаково-референтный план (тематическое содержание в его системном и линейном развитии). Предмет-ориентированное содержание текста ЭСИ, это — своеобразная предметно-тематическая «матрица» печатных изданий.

За **субъект-ориентированным содержанием текста ЭСИ** стоят актуальное кортежное содержание (содержание тех ролей, которые берет на себя адресант и приписывает адресату в их иерархической и линейной данности) и потенциальное кортежное содержание (содержание формата и жанра общения). Адресант должен понимать: что бы он ни писал, он должен непременно адаптировать текст под читателя, ведь, в конечном счете, у читателя всегда есть выбор — читать или не читать данный текст.

Работая в каузально-генетической перспективе, мы концентрируем внимание исключительно на продукте коммуникации, не выходя в контекст, но при этом изучаем то, что традиционно считалось контекстом — взаимодействие «адресант-адресат». Как это возможно? Согласно каузально-генетическому подходу часть контекста вписана в текст (и это фиксируется многими современными исследователями коммуникации). Достижения данного подхода лишь в том, что он развивает эту идею, воплотив ее в соответствующей терминологии.

Итоги данной части: описаны и адаптированы теоретические послышки каузально-генетической теории с учетом предмета исследования — ЭСИ, описана исследовательская рабочая модель и проиллюстрирована ее примерами (для большей убедительности). Это дает нам возможность приступить к непосредственному исследованию специфики функционального содержания заявленных материалов.

### III. РЕКОНСТРУКЦИЯ ДИСКУРС-КАРТИН МИРА ЭЛИТАРАНЫХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ (на примере 3-х изданий)

#### Общие сведения об анализируемых изданиях

##### «Il Sole 24 Ore»

Данное газетное издание является ежедневным политическим, экономическим, финансовым качественным изданием, создаваемым и публикуемым в Италии. Основанное в 1865 году, оно занимает особое место в системе качественной прессы Италии, отличаясь высоким уровнем информативности и компетентности в вопросах экономики, политики и культуры [[www.giornalilocali.it/quotidiani/il-sole-24-ore.htm](http://www.giornalilocali.it/quotidiani/il-sole-24-ore.htm)]. Специалисты в указанных областях черпают здесь обширный материал для своей работы.

География распространения газеты весьма обширна: Италия, Австрия, Бельгия, Люксембург, Франция, Германия, Греция, Великобритания, Дания, Голландия, Испания, Португалия, Мальта, Швейцария (кантон Тичино), Венгрия, Чешская Республика, США, Канада, ЮАР, Марокко, Египет, Албания, Бразилия, Аргентина.

В издании находят отражение события, происходящие как в Италии, так и за рубежом. В собственно итальянском издании освещаются события, происходящие *главным образом* в Италии, либо *затрагивающие Италию в сфере политики, экономики и финансов*.

Издание распространяется по индивидуальной подписке, а также по заказу через газетные киоски (владельцы газетных киосков сами (не) заказывают издание в зависимости от спроса на него). Так, из 443652 экземпляров 166707 (45%) — по подписке, 276945 — через газетные киоски [[www.giornalilocali.it/quotidiani/il-sole-24-ore.htm](http://www.giornalilocali.it/quotidiani/il-sole-24-ore.htm)].

Издание анонсируется в Интернете (адрес сайта помещен на титульном листе, непосредственно под строкой, где указывается год основания).

Благодаря высокому уровню подачи материала (в т.ч. экспертного) газета сумела войти в число самых влиятельных качественных изданий мира. К мнению этого печатного органа, выходящего как международная газета, «прислушиваются» далеко за пределами Италии.

Каждый номер содержит специальный вкладыш-приложение, посвященный той или иной теме, актуальной для данного типа издания. Вкладыш-приложение имеет свое собственное название, рубрики и является интегральной частью всего номера.

### **Журнал «Harvard Business Review»**

Данный журнал — один из самых ярких представителей печатных ЭСИ, считающийся самым авторитетным в мире периодическим изданием по менеджменту. Он уникален с точки зрения своего влияния на мировой бизнес (Дедюхина 2004). Журнал основан Гарвардской школой бизнеса более восьмидесяти лет тому назад. С первого выпуска и далее — на протяжении шестидесяти лет — журнал редактировали преподаватели Гарварда, так что на него неизменно падал отсвет знаменитой школы. Журнал печатается в США.

В последнее время увеличено количество изданий на других (кроме английского) языках, запущена русскую версию. Подобные решения обусловлены тем, что с каждым днем американские топ-менеджеры все острее сталкиваются с глобальной конкуренцией. К тому же HBR пишет не просто о процессе глобализации: журнал рассматривает важные идеи, многие из которых рождаются за пределами США (там же).

В США распространяются 70% тиража и 30% — вне США (на английском языке). Крупнейшие зарубежные рынки — Канада, Великобритания и Австралия. Если говорить о переводных версиях, то их

примерно столько же, но поскольку многие находятся в стадии становления, их не всегда можно учитывать. Иными словами, HBR сильно зависит от американского читателя. Наибольшее количество материалов журнал продолжает получать из североамериканских источников, так как считается, что США — центр самого современного менеджерского мышления: здесь больше всего бизнес-школ, очень развиты деловая журналистика и инновационный менеджмент. При этом создатели журнала считают, что целевую аудиторию издания составляют все же не столько американцы, сколько *менеджеры всего мира* (там же). Если на страницах журнала представлен качественный материал, который пришел из России, Турции или Бразилии, менеджеры это оценят: ведь менеджмент — это *глобальное* явление.

HBR известен *своей библиотекой книг* в мягких обложках, которая составлена по журнальным статьям. Журнал занимается собственной переупаковкой. Для этого существует дополнительное подразделение в рамках редколлегии: Harvard Business School Publishing.

Самая большая сложность для журнала, существующего почти столетие и имеющего богатую академическую традицию, заключается в том, чтобы корректно реагировать на изменения в аудитории, не отказываясь от традиционных для издания серьезности и глубины. Создатели журнала говорят, что производят именно журнальное издание, но журнальное издание *с особой миссией*. Однако это не значит, что ниша издания уникальна. Уникальны информационные источники его содержания: HBR в своей работе руководствуется идеями и исследованиями.

Структурно материал каждого выпуска HBR представлен следующими блоками: (1) информационный блок; (2) аналитический блок; (3) информационно-аналитический блок (ИАБ); (4) рекламный блок. Причем каждый блок может состоять из одной или нескольких рубрик.

### **«The Lion»**

Журнал «The Lion» является внутренним печатным изданием закрытой международной организации «LIONs Club International», членство в которой ограничено и предполагает — в качестве изначальной посылки — высокий статус соискателя, его особые профессиональные заслуги, достойный образ жизни, высокие моральные качества.

Издателем журнала является Совет Директоров Клуба.

Журнал выходит один раз в месяц, за исключением сдвоенных выпусков июль/август и декабрь/январь.

Журнал доставляется адресатам исключительно по подписке, которую могут оформить лишь члены организации.

События, находящие свое отражение в издании, происходят в разных точках земного шара: везде, где международный Lions Club имеет свои представительства. Журнал выходит на 20 языках: английском, голландском, греческом, датском, исландском, испанском, итальянском, китайском, корейском, немецком, норвежском, португальском, турецком, финском, фламандском, французском, шведском, хинди, тайском и японском. Издание носит установочно-оценочный и просветительский характер.

### **III.1. Анализ референтного содержания статьи воскресного приложения «Domenica» к итальянской газете «Il Sole 24 Ore»**

*Материалом* настоящего исследования стала статья, помещенная на титульном листе воскресного приложения «Domenica» к итальянской газете «Il Sole 24 Ore» 18 марта 2001 года.

Воскресное приложение само по себе является изданием культурологического характера, дополняющим основное издание. Его можно считать самостоятельным (формально оно именно таким образом и

выполнено). Приложение имеет самостоятельные рубрики, рекламные блоки. Но логотип основного издания, помещенный ниже названия приложения в колонтитуле, а также базовый принципы верстки «привязывают» «Domenica» к материнскому изданию. Проанализированная нами статья Марко Фумароли «Антиквар свободы» (L'Antiquario della libertà) помещена на титульном листе приложения, занимает 2/3 полосы и имеет абрис классического материала «передовицы»:

- аннотационный материал: представляет автора и героя материала, тезисно знакомит нас с содержанием, предствляет основные идеи, которые автор заявляет в своем тексте, выбирая тему для разговора;
- собственно статья;
- репродукция картины Рубенса и изображение героя материала.

В аннотации репрезентирован автор статьи (указаны его фамилия, статусные характеристики, место работы, опыт знания, названия основных литературных трудов, связь представляемой темы с научными исследованиями, проведенными в разное время различными учеными).

*Журналистским поводом* для написания данного материала послужило начало сотрудничества «Il Sole 24 Ore» с профессором Коллеж де Франс, членом Французской Академии наук Марком Фумароли. Об этом мы узнаем сразу же благодаря аннотации, помещенной в центре верстки материала и выделенной при помощи графических элементов верстки (текст аннотации очерчен цветной рамкой, в ее поле помещено изображение главного героя материала и репродукция картины Рубенса, а также используется иной тип шрифта, нежели для основного материала). В основу аннотации положено представление и самого автора статьи, благодаря чему становится понятной причина, по которой издание разместило статью научно-исследовательского характера на первой странице пусть и элитарного, но все же *средства информации*: перечисляются академические заслуги

профессора, говорится о его исследовательской работе, посвященной изучению персоны Клода-Николя Фабри де Пейреска, жившего во времена позднего средневековья, являвшегося одной из ярчайших личностей своего времени, но незаслуженно забытого. Аннотационный материал называет основную идею, которой автор руководствуется при написании своего текста: *«Дать понимание, а не просто проинформировать. Вот, собственно, то «древнее» послание, которое Фумароли хочет «доставить» в настоящее»*. Слова *понимать* и *информировать* выделены курсивом — словно для автора они антонимичны.

**Тематический срез** статьи представлен тремя темами:

- (1) *«Послание древних»*,
- (2) *Личность Клода-Николя Фабри де Пейреска*,
- (3) *«Дерево знания»*.

**Структурное развитие** этих тем (нами были выстроены рабочие когнитивные карты/схемы, оформленные в таблицы использование дедуктивной логики).

*Первая* тема, *«Послание древних»*, развивается по нескольким направлениям: (а) *эрудиционный* страт (слой), (б) *знание древних*, (в) *умение совместить* кропотливые и тщательные исторические исследования с неизбежным и обязательным практическим их применением, выработка конструктивного понимания (критики) мироустройства.

*Вторая* тема, *«Личность Клода-Николя Фабри де Пейреска»*, яркого представителя своего времени, малознакомого широкой публике, но хорошо известного мировой культурной элите (о чем свидетельствует цитата из книги Умберто Эко *«Остров вчерашнего дня»*; в которой он представлен как *«джентльмен из Экс-ан-Прованс, внесший вклад во многие науки, хозяин роскошной библиотеки и богатой коллекции предметов искусства, антиквариата и мумий животных»*), развивается

по следующим направлениям: (а) он — *современник и близкий друг* Галилео Галилея, Рубенса (последнему Пейреск заказывал работы, в том числе, интерьерную живопись); (б) он — *основатель и управляющий* «узлового центра мировой информационной сети, теперь мы бы назвали таковым Институт прогрессивных исследований»<sup>1</sup>); (в) его называют *несправедливо забытым*, но вот теперь о нем говорят и пишут. (Так, в тексте мы находим: *Veritas filia temporis. Сократ умер несправедливо, но в конце концов его искренность и мудрость были повсеместно признаны. Имя де Пейреска предано забвению, ибо жил он во времена Ришелье, не поощрявшего его деятельность (тираны опасаются философов) и не жаловавшего его соратников, называемых автором материала сообществом французских философов мирового значения семнадцатого века.*)

Третья тема, «Дерево знания», развивается по 4-м направлениям: (а) *позитивные* качества знания; (б) *отрицательные* последствия в виду обладания ими; (в) *ответственность* за использование знания, обусловленная (а) и (б).

Таким образом, каждая из тем представлена достаточно подробно, с высоким уровнем детализации и имеет по *три* направления развития, что говорит о наличии определенной *симметрии* предметно-ориентированного содержания текста. Эти направления являются, по существу, не подтемами, а интерпретацией указанных выше тем, что свидетельствует об их крепкой спаянности. Все они, так или иначе, возвращаются к изначальной теме. Развитие каждой темы не расщепляет ее, а, напротив, собирает все компоненты воедино. Можно также сказать, что тематический срез однороден: послание (субъектов), личность (субъекта) и дерево знания (субъект-актуализация) — субъект оценивается как основа предмета разговора.

---

<sup>1</sup> *Примечание.* Речь идет о семнадцатом веке, и употребление в его контексте понятия «мировая информационная сеть» в высшей степени необычно.

**Иерархический** анализ тематического среза (анализ значимости тем) показывает, что каждая из тем получает разную степень значимости. Так, тема «*Личность Клода-Николя Фабри де Пейреска*» занимает особую, центральную позицию: 70% всего содержательного пространства статьи отдано именно ей. Две другие темы равнозначимы (занимают 30% содержательного пространства статьи) и следуют за темой «*Личность...*» в иерархии тем. Все три темы пересекаются в теме «*Личность...*», (тематический субъект). Так тема «*Личность...*» оказывается более значимой, чем «*Послание древних*» и «*Дерево знания*». Фактически, это — метафорическая репрезентация субъекта. Т.е. можно говорить о том, что абсолютом в тематическом срезе оказались личность, субъект, человек — человек неординарный, человек науки, человек, имя которого должно помнить, человек, имя которого данная статья воскрешает из небытия. И в этом смысле количественная характеристика является уже не столь важной: тема «*Личность...*» становится *центральной/ключевой*, а темы «*Послание...*» и «*Дерево...*» — *сопутствующими, развивающими, дополняющими*.

**Знаковое решение тем** (системная компонента содержания) репрезентировано тематически:

- полем *научной терминологии*, в том числе (1) *философской* (индивидуация, псюхе, эристика...), (2) *социологической* (концепт, общность...), (3) *исторической* (эпоха, историко-научная методология...), (4) *литературоведческой* (архивное и типологическое удобство...), (5) *теософской* (настика, субъективный мистический опыт...), (6) *эзотерической* (риши, хрестерион...) — здесь мы наблюдаем актуализацию интердисциплинарного поля;
- полем *цитации на языке оригинала* (1) литературных произведений (*Learning and Virtue in the Seventeenth Century...*),

- (2) афоризмов/ крылатых выражений (Tempus edax rerum...),  
 (3) устойчивых выражений (L'âge de l'éloquence...);
- полем *ссылки* на литературные произведения, словарные статьи (Умберто Эко L'Isola del giorno prima; Петер Миллер Pieresc's Europe: Learning and Virtue in the Seventeenth Century (Yale University Press 2000), Tre istituzioni letterarie);
  - полем *значимых имен* соратников, учителей, авторитетов, недругов (Аристотель, Евклид, Диофан, Сократ, Арат, Галилео Галилей, Ришелье);
  - полем *дат*, значимых для главного героя ((1) период жизни, (2) период деятельности, (3) период выхода из небытия) (1592-1655, 1616-1623, 1996, 2000);
  - полем *названий профессий* главного героя (антиквар, археолог, филолог, философ, художник...);
  - полем *географического пространства*, где жили и работали главный герой, его духовные учителя, его соратники и противники (Древняя Греция, Аркадия, Франция, Париж, Эксан-Прованс). Заметим сразу, что географическое пространство, несмотря на все его разнообразие, постепенно сводится к идее *Единого и неделимого пространства* (Cosmopolis), а тематические субъекты, в конце концов, становятся *космополитами* и *космографами*.

И еще одно поле *время* актуализировано такими позициями, как: актуальность (оно как бы «запараллелено» между 17-м веком (1605, 1616, 1623), временами Аристотеля и нашими днями (временем автора и читателя), т. е. наблюдается единство «вчера-сегодня-завтра»;

- (1) *недалекое прошлое,*
- (2) *далекое прошлое,*
- (3) *простое настоящее,*

(4) неизбежное будущее (уверенное прожектирование состояния или какой-либо активности в будущем, т.е. значимость описываемых явлений для будущего поколения).

Синтаксический строй дает возможность на основании преимущественного использования *простых предложений* говорить о наличии смысловой проясненности предмета обсуждения. И в то же время на основании вкрапления в текст усложненных синтаксических форм (сложносочиненные и сложноподчиненные предложения) можно говорить о стремлении к детализации, разного рода уточнениям.

Проанализируем те поля, которые поданы выше, и прокомментируем влияние их присутствия на содержание предмет-ориентированного содержания текста статьи. Тематический ряд широко использует *метаязык* научной, историко-культурологической, философской, социологической сфер, придавая предметному содержанию серьезность, качественность, высокую организацию и профессионализм. Кроме того, поле *научной терминологии* дает осмысление содержания с помощью метаязыка разных наук. Поля *цитации* и *ссылки* несут иллюстративность, расширяют предмет дискуссии. Поля *дат* и *времени* помещает предметно-тематическую информацию в реальное измерение, переживаемое, в том числе, и сегодня. Поле *значимых имен* расширяет и тематизирует дискурсную общность (кортеж) анализируемого текста, делая ее тематичной, обсуждаемой. Поле *названий профессий* главного героя уточняет и усложняет фактологическую информацию текста, делая героя узнаваемым для сегодняшнего научного сообщества, и придавая потенциальному содержанию статьи качественный объем. Комментируя в целом обозначенные выше поля, можно сказать, что знаковый ряд достаточно разнообразен и информативен, а содержательное пространство статьи используется рационально. И абсолютно *все* поля сконцентрированы вокруг описания субъектного поля (поле ключевого субъекта).

Насколько совместимы описанные поля и тематический срез (темы) т. е. системный и структурный компоненты предметно-ориентированного содержания в данном тексте? Задавшись этим вопросом, мы построили таблицу 6, где проиллюстрировали совместимость этих компонентов содержания.

Таблица 6

**Соотношение структурной и системной компонент предметно-ориентированного содержания текста**

Темы	«Послание древних»			«Личность Клода-Николя Фабри де Перейреска»			«Дерево знания»		
	эрудиционный страт	знание древних	умение совместить ...	современник и близкий друг	основатель и управляющий	несправедливо забыт	позитивные качества	отрицательные последствия	ответственность
подтемы тематические поля									
научная термин-я	+ 1,3,5	+ 1,3, 5,6	+ 2,3,4,6	-	+ 2,3	-	+ 1,6	+ 2,3	+ 5,6
цитация	+ 1-3	+ 1,2	-	+ 1	-	+ 1,2	+ 1-3	-	-
ссылка	+	+	-	+	+	+	-	-	-
значимые имена	+	+	+	+	+	+	+	+	+
даты	-	-	-	+ 1,2	+1,2	+3	-	-	-
название профессий	-	-	-	+	+	+	-	-	-
географическое пространство	+	+	+	+	+	+	+	+	+
время событий	+	+	+	+	+	+	+	+	+
временные формы	+ 1-3	+ 1,2	+ 1-4	+ 1-2	+ 1-2	+ 2-4	-	+ 1-2	+ 1-2

Как видим, в тексте максимально представлены поля *значимых имен, географического пространства, актуальности, временных форм*. Все они актуализируют *фактологический* материал, который таким

образом становится принципиально важным для содержания данной статьи. Автор внимателен к реальным людям, окружавшим главного героя, месту их проживания (расположения) и времени, которое, с одной стороны, может быть реализовано в пространстве «вчера — сегодня — завтра», а, с другой, — запараллелено с нашими днями. Поля *дат* и *названия профессий* обращают на себя внимание своей концентрированностью только в одной (центральной) теме — «Личность...» — усиливая, тем самым, эксклюзивность этой темы: и это также расширение фактологической информации. Единственной симметричной компонентой знакового ряда является *научная терминология*. Она максимально представлена в двух сопутствующих темах (и единожды — только в одной из подтем ключевой темы), что может говорить об их созвучии, и, в то же время, о необходимости гармонизации двух сопутствующих тем, которые выводят фактологию на уровень *осмысления* — причем осмысления *интердисциплинарного*. Полагаем, что явный перевес в данной связи наблюдается в теме «Послание...», ибо эта тема представлена всей палитрой научной терминологии, максимально дублируемой в каждой из подтем этой темы.

Поле *цитации* также значимо для всех трех тем (чуть менее для темы «Дерево...»), что говорит о стремлении автора максимально расширить ряд тематических субъектов и предмет разговора.

Поле *ссылки* подчеркивает значимость ключевой темы «Личность...», а также усиливает тему «Послание...».

Таким образом, можно констатировать, что тема «Личность Клода-Николя Фабри де Пейреска» является *центральной*, а две другие подтвердили свой *комплементарный* (дополнительный) характер. Соотношение структурной и системной компонент содержания позволило уточнить соотношение этих 2-х дополняющих тем, а именно: несколько большую значимость в знаке приобретает тема «Послание древних».

*Линейное* распределение обозначенных выше полей носит характер «катящегося клубка меланжированной нити». Ключевая/центральная тема «Личность...» вводится с первых строк как аннотации, так и первого абзаца самой статьи (получая в «клубке» основной цвет) и представлена полем *ссылки* и полем *цитации*. Информацию о главном герое мы получаем на протяжении всего содержательного пространства статьи: клубок катится, и основной цвет повествования постоянно находится в фокусе внимания. Периодически к нему «подмешивается и пропадает новый цвет», новое поле: вслед за уже названными полями цитации и ссылки «вплетаются» время от времени поле *значимых имен*, поле *профессий главного героя*, а также поля *дат* и *географического пространства*. Поля *актуальности* и *временных форм*, «смешавшись с основным цветом» уже во втором абзаце статьи, не «блекнут» на протяжении всей линии повествования. Поле *научной терминологии*, репрезентирующее тему, появляется в середине содержательного пространства статьи, «оставляет именно здесь наиболее яркое цветовое пятно» и постепенно уходит.

Тема «Послание древних» также репрезентирована в начале аннотации; в статье мы ее выявляем уже в третьем абзаце — актуализированную полями *научной терминологии*, *значимых имен*, *актуальности*, *временных форм* и *географического пространства*. Далее, ближе к середине текста данная тема «угасает» и появляется лишь к концу и актуализируется полями *научной терминологии*, *цитации*, *ссылки*, *актуальности*, *временных форм* и *географического пространства*.

Тема «Дерево знаний» «вплетается специальным цветом»<sup>1</sup> (полиграфический термин) в середине статьи полями *научной терминологии*, *географического пространства* и *временных форм*. Затем она уменьшает свое явное присутствие, оставаясь, тем не менее, словно

---

<sup>1</sup> *Примечание.* Специальным цветом, или спецкраской в полиграфии называют золотой, серебряный, прозрачные и кроющие белила, смесовые краски.

недосказанной до самого конца текста и актуализируясь полями *научной терминологии, цитации, значимых имен, актуальности*. Данная тема менее всего проработана в вербальном знаке. Наибольшая концентрация полей, актуализирующих ее, обнаруживается в самом конце статьи.

Таким образом, линейное развитие темы «Личность...» подтверждает ее ключевую позицию и наделяет ее новым эпитетом: данная тема с точки зрения своего линейного развития является *стержневой*. Постоянно присутствующая нить меланжа темы «Послание...» в линейном развитии тематического среза носит *рамочный* характер. Тема «Дерево...», являясь важной в общей нити повествования, не случайно проявляется именно в конце содержательного пространства текста, придавая актуальному содержанию определенную динамику и *эволюционный* (развивающий) компонент.

*Синтаксические поля* всех трех тем выстраивают референтную содержательную палитру статьи в линию содержания с «ровным» движением (т.ж. постепенное накопление содержания, введение позиции-прояснения-ссылка).

Анализ совмещения тематического среза и (тематических) полей ранее помог лучше понять значимость тем (т. е. их иерархию), а анализ линейного распределения полей верифицировал их. И в целом мы увидели предмет-ориентированное содержание в объеме и функциональном развитии.

Совмещение всех 4-х позиций помогает нам сделать следующий шаг: определить как проявляет себя в тексте *топико-фокусная содержательная компонента*. Специфика развития трех тем такова, что они организуются в два топика: (1) «**личность в истории цивилизации**» и (2) «**знание — бремя ответственности**».

В фокусе внимания автора материала — *объект* его исследовательский, конкретная историческая личность, а также *причины*, по которым эта личность является значимой для развития современного

интеллектуального пространства, но была забыта «*вполне заслужено*», ибо, таким образом, была изгнана из дум, умов, исторического наследия, за то, что «стала как один из Нас, зная добро и зло» и попыталась простереть руки свои, и взять также от древа жизни, и вкусить, и жить вечно (см. *Бытие, Гл.3:22*).

В тоже время можно констатировать тот факт, что в фокусе внимания — также и субъект (человек), и именно этот фокус внимания становится основой единства *дискурс-картины* мира в целом и двух вышеназванных топиков.

\*\*\*

В результате проведенного анализа мы реконструировали предмет-ориентированное содержание текста статьи и увидели следующее:

Анализ предмет-ориентированного содержания текста в его *структурном, системном и иерархическом* развитии предстает перед нами в виде триптиха. Мы явно видим *три составляющие: фактологическую, интерпретативную и научно-метаязковую*, находящихся в общей идейной и содержательной связке. *Фактологическая составляющая* (даты, географическое пространство, название профессий, актуальность, значимые имена) представляет референтную базу; *интерпретативная* (цитация, ссылки) усложняет, поясняет, развивает фактологическую, а также выстраивает отношение к предметно-содержательной информации; *(научно)-метаязковая* (научная терминология) придает потенциальному содержанию и всему триптиху в целом научное, системное, объективированное осмысление.

Дальнейший анализ линейного и синтагматического развития (тематических) полей, позволяет увидеть их в определенной значимой развернутости и сделать окончательный вывод о фокусе внимания, без которого «дискурс-картина мира» текста остается статичной, как бы

невостребованной. В фокусе внимания — субъект, но субъект понимается здесь максимально широко. *Во-первых*, это — Клод-Николя Фабри де Пейреск — человек яркий, входивший в круг таких же выдающихся персоналий своего времени. Он основал важный для современников и будущего институт и управлял им; он — человек, имя которого данная статья выводит из забвения; он репрезентирован не только как субъект своего времени, но и осмыслен как явление в парадигме современных гуманитарных и социальных наук, а также религиозных учений прошлого. *Во-вторых*, в фокусе внимания исследователя — автор материала, профессор Коллеж де Франс Марко Фумароли, человек, выводящий героя статьи из забвения. *В-третьих*, в фокус внимания попадает и читатель. Они вместе (автор, читатель статьи, адресат) отдают дань историческим фактам, исторической переоценке. Они присутствуют как те, кто *осмысливает* происходящее, ибо знаковый ряд далек от поверхностного, он требует актуализации ума, научного знания, реконструкции реальности. Таким образом, Его Величество Субъект усложняется, умножается, актуализируется, манифестируется в максимально полном объеме, включая в себя непосредственных коммуникантов, т. е. кортеж, ибо текст функционирует только благодаря необходимости их соучастия в познании, предмета разговора и его формировании, формировании дискурс-картины мира текста.

### **III.2. Анализ референтного содержания рубрики**

#### **«Изучение отдельного случая» журнала «Harvard Business Review»**

Предметом рассмотрения является рубрика «Изучение отдельного случая» (Case-study), которая состоит из двух подрубрик, представленных в жанрах «Изучение отдельного случая» (Case-study) и «Комментарий к отдельному случаю» (Case-study commentary). Посмотрим, какое

предмет-ориентированное содержание репрезентирует данная рубрика издания в одном из его выпусков.

Материалом для анализа реализации представленных ключевых категорий с учетом их операционализации стало содержание подрубрики «Harvard Business Review» исследование отдельного случая» под названием «Брошенный на склоне горы» и подрубрики «Harvard Business Review» исследовательский комментарий отдельному случаю» под названием «Что делать Эду?» (январский выпуск за 2004 год).

Итак, проанализируем рубрику в ее целостности и функциональной данности (база данных по дискурс-категориям, репрезентирующим предмет-ориентированное содержание текста рубрики).

**Журналистский повод.** Журналистским поводом для написания данной рубрики стал редакционный заказ, так как традиция организации содержания издания предусматривает обязательное наличие отдельного случая для исследования в рамках модуля «Исследование отдельного случая».

**Темами рубрики** становятся (1) *Проблемная ситуация топ-менеджера* (Карьерная проблема Эда Девидсона); (2) *Профессиональный анализ/исследование и способы/модели разрешения проблемной ситуации*; (3) *Эксперты*.

Тема «Проблемная ситуация топ-менеджера» получает свое развитие посредством репрезентации:

(1) *проблемы* не совсем ясных взаимоотношений главного героя и Президента компании, в которой главный герой работает (коллеги они или друзья). Исходя из содержания, мы видим, что их взаимоотношения непредсказуемы и противоречивы, кроме того, они представлены читателю на стадии конфликта;

(2) *проблемы* отношений с коллегами по работе: вроде бы все в порядке, они — коллеги и друзья, они понимают друг друга, предупреждают звонком о неких неоднозначных действиях со стороны

Президента компании, но, как оказывается, скрывают информацию, которая заставила бы главного героя задуматься раньше и не допустить развития конфликта;

(3) *проблемы* отношений в семье: главный герой уже достаточно взрослый, но у него нет своей семьи, он живет в одном доме с матерью, что уже, само по себе — проблема. Нашему герою под сорок лет, существующие же отношения с матерью ограничивают его свободу, не дают развиться его зрелости — и это тоже основа потенциального конфликта;

(4) *проблемы* отношений с бывшей сокурсницей, давнишней подругой главного героя: он ей доверяет, обменивается с ней впечатлениями, они понимают друг друга, но говорят полунамеками и, значит, не могут «проговорить проблему» полностью — соответственно она не способна дать совет, лишь поддержать морально, но не найти решения. Там, где герой ищет реальную поддержку, он ее не получит (потенциальный конфликт).

Таким образом, наблюдается явная картина нагромождения конфликтов. Хотя главный герой — человек рациональный, опытный и способный решить почти все проблемы в своей жизни, он оказывается в такой конфликтной ситуации, которая ставит его в тупик.

*Тема «Проблемная ситуация топ-менеджера»* развивается журналистом и группой экспертов. Журналист при этом моделирует сюжет художественного рассказа, являющегося «кейсом» — случаем (для исследования)<sup>1</sup>. Журналист, как автор сюжета, представлен аудитории благодаря наличию сноски на второй странице подрубрики «Исследование отдельного случая», где называются его имя и фамилия,

---

<sup>1</sup> *Примечание.* Проблемные случаи, ситуации, так называемые «кейсы» Harvard Business Review, написанные в жанре художественного рассказа, раскрывают наиболее распространенные среди управленцев высшего звена дилеммы и предлагают конкретные решения, представляемые в части «экспертного аналитического комментария».

выделяемые шрифтом, жирно и курсивом, а его статусная характеристика старшего редактора Harvard Business Review и адрес электронной почты — курсивом. Но далее он нигде в тексте себя не проявляет. В свою очередь эксперты представлены, визуализированы (благодаря графическим портретам-эскизам), дан адрес их электронной почты, они являются авторами отдельных частей под рубрики «Исследовательский комментарий отдельного случая», они открыты для аудитории и готовы с ней общаться (впрочем, как и журналист, ибо его принадлежность к Harvard Business Review означает, что и ему можно писать, тем более, указан адрес электронной почты).

Тема *«Профессиональный анализ/исследование и способы/модели разрешения проблемной ситуации»* развивается в большей степени в под рубрике «Исследовательский комментарий отдельного случая», обретая вид моделей-конструктов поведения, в рамках которых подробно описывается актуальное состояние протагониста, проводится экспертный анализ и комментарий его личных и деловых качеств, называются глубокие причины его моральной неустроенности и желания все-таки решить проблему, упоминаются психологические качества потенциального кандидата на пост формального лидера делового института в сравнении с формальными ошибками протагониста и объяснением их природы, а также предлагаются возможный сценарий развития событий и поведенческие формулы, приводящие к позитивному либо негативному для главного героя финалу. Группа *экспертов* не только развивает обе темы вширь (многопланово), но и, главным образом, вглубь (объемно). И их позиция здесь значима: они — соавторы содержательного пространства, активно выражающие свое мнение, полноценно присутствующие в содержательной палитре; иначе говоря, они тематичны. Но тема *«Экспертов»* несамостоятельна. Это скорее подтема и рассматривается только в рамках темы *«Профессиональный анализ/исследование и способы/модели разрешения проблемной*

*ситуации»*. При этом эксперты — важная составляющая тема-определяющего и тема-развивающего содержания.

Развитие первой темы в рамках сюжетной линии сопровождается иллюстрациями (первая, размером в  $\frac{1}{4}$  по лосы, в начале информационно-аналитического блока, и вторая,  $\frac{2}{3}$  полосы, визуализируют образ главного героя). Развитие второй и третьей темы также сопровождается график-портретами каждого из экспертов.

***Иерархический анализ тематического среза (анализ значимости тем)***. С точки зрения своей иерархической организации все три темы равноценны, взаимосвязаны и соподчинены. Но каждый из тематических блоков получает разную степень развития — как количественно, так и качественно: тема (1) *Проблемная ситуация топ-менеджера* (Карьерная проблема Эда Девидсона) количественно объемней (она получает свое развитие на всех страницах информационно-аналитического блока), а темы (2) *Профессиональный анализ/исследование и способы/модели разрешения проблемной ситуации* и (3) *Эксперты* имеют более скромную количественную реализацию (4 страницы из 9, отданных под информационно-аналитический блок): они важны и уместны только в контексте первой темы, однако с качественной точки зрения имеют несколько уровней репрезентации.

Значимость поддерживается следующими средствами: (1) структурой — обозначенные выше темы открывают журнал, который в свою очередь целиком посвящен явлению лидерства в бизнес-сообществе и являются сквозными; (2) количеством страниц, отведенных для развития тем (9 полных журнальных страниц для темы (1) и 4 — для темы (2)); (3) особенными дизайнерскими приемами — рисованным от руки, полноцветным иллюстрационным материалом, визуализирующим в том числе протагониста сюжета; эксперты представлены ч/б графическими портретами-эскизами, все заголовки и заголовочные комплексы выделены жирным шрифтом, фразовые врезки реализованы в

контрастном цвете и курсивом — они представляют основную идею, организующую содержательное пространство страниц.

*Знаковое решение тем (системная компонента содержания), организующее предмет-ориентированное содержание, следующее:*

- поле профессиональной лексики: терминология из области психологии (феномен переноса, совокупность ролей, поведенческие модели, социально более привлекательно...), бизнес-терминология (способности продавца, рентабельность, закрытая сделка, клиенты, инвесторы, акционеры...);

- поле статусной лексики: протезе, генеральный директор, коммерческий директор, учредитель и главный партнер, психоаналитик и консультант по вопросам организации бизнеса, председатель правления, директор, адъюнкт-профессор (доцент) клинической психиатрии...;

- поле оценочной лексики: мстительный, создатель королей, пессимистичный, важный...;

- поле эмоционально-нейтральной лексики: поддерживающий, контакт, слова на выбор...;

- поле разговорной лексики: хлипкий, всучил, парнишка, склеить (отношения)...;

- поле географических названий: Швейцарские Альпы, Давос, (Аэропорт) в Цюрихе, Штаты, Нью-Йорк, Делавер...;

- поле названий организаций: Карстон Уэйт, Институт им. Уильяма Алансона Уайта, Международное общество психоаналитических исследований компаний, Джгенерал Электрик, Комиссия Блю Риббон...;

- поле мероприятий: международный экономический форум, конференция, сессии, приемы....

Таким образом, мы видим, что тематическая палитра многопланова, многогранна, и это подтверждается знаковым рядом.

Синтаксис, используемый для актуализации тем, придает повествованию образность и стройность. Присутствуют все виды повествования: от простого к сложному, сложноподчиненному. Значимы следующие синтаксические модели:

- модальные конструкции (*...должно быть Эд представил себе, как Френк именно в эту минуту говорит по телефону...*);
- конструкции, обозначающие вариативность деятельности, возможность выбора (*если..., то...*),
- сложноподчиненные и сложносочиненные предложения по формуле «он такой, а он такой» (формулы-сравнения, побуждающие к действию) (*водитель лимузина более собран, чем он...*);
- эмоция актуализируется на уровне синтаксиса (*а теперь еще и это...*).

*Пространственная характеристика.* Обсуждение первой и второй тем происходит главным образом в рамках географического пространства: Швейцария, Давос, США (названия этих стран тематичны, так как имеют четкую ассоциацию: средоточие элиты политики и бизнеса). Обсуждение всех трех тем происходит также в рамках междисциплинарного пространства (психиатрия, психология, стратегический и оперативный менеджмент). Иными словами, поле географического пространства расширяет фактологическую информацию референтного содержания, а поле междисциплинарного — метаязыковую, что придает интерпретативной компоненте референта серьезность, глубину и объективность.

*Временная характеристика* события также тематична и представлена фактически всеми временными формами:

- простое настоящее): hears, (we) are, (it)is, (I) have (a plan), (you) don't think ...;

простое прошедшее: reached, was on his way, pulled, composed, left, lied, supported, chose, didn't contact...;

простое будущее: (I) will call (you), (I) will be (think, confirm, do, begin, mimic)...

- продолженное настоящее: isn't naming, I'm pinching, he's reneging, I'm giving...;

продолженное прошедшее: was grinning, was hoping...;

- настоящее совершенное: has happened, hasn't worked...;

прошедшее совершенное: had become (that close), had hit...;

Данный набор временных форм делает повествование реалистичным, создает эффект присутствия, дает возможность осмысленно оценить значимость представленных тем.

*Временная характеристика актуализирована и посредством глагольных конструкций, как-то развитие дейксиса во времени:*

- причастный оборот: realizing (he was), coming (toward him)...;

предикат второго порядка

- пассивный залог: was amazed, were buried, was given...;

- модальные конструкции: might have had (been), must be (tempted), may be (in trouble), might think, can report (hope, do, be, kiss)...

- условное наклонение: could ruin, should use, would have been (welcome), would react ...;

- сослагательное наклонение + условное наклонение — модальные конструкции: if I *were*... I *would guess*; if Ed *came*... I *would be probing (would probably respond)*...

*Прокомментируем лексико-синтаксическую реализацию рассматриваемой нами рубрики. Приоритетом лексического кода выступают здесь точность, профессионализм, а также динамизм и*

объективированная эмоциональность, что позволяет удерживать внимание аудитории. Тематический ряд широко использует *профессиональную деловую лексику*, а также поля лексики *мероприятий* и *названий организаций*, придавая предметному содержанию серьезность. Кроме того, поля *терминологии* (из области психологии и психиатрии) настраивают на понимание содержания с помощью метаязыка, а также уточняют и усложняют фактологическую информацию текста, придавая потенциальному содержанию статьи качественный объем.

Поля *статусной, оценочной, бытовой, географических названий* лексики расширяют иллюстративность предмета обсуждения. Поля *пространства* и *времени* переводят предметно-тематическую информацию в реальное измерение, переживаемое сегодня. Поля *глагольных конструкций* придают реализации предметного содержания определенную гибкость, вводят предмет разговора в континуум размышления. И абсолютно *все* поля сконцентрированы вокруг описания субъектного поля (поле *ключевого субъекта*).

Тематические субъекты (главный герой «случая», Эд Девидсон, и герои второго плана, Френк, Люси, Патерно, мать главного героя, водитель лимузина, а также группа экспертов) имеют свои собственные ярко выраженные лексико-семантические поля (1) глаголов деятельности и (2) атрибутов, позволяющие аудитории ясно и наглядно рассматривать вербализованную картинку «отдельного случая» и аналитико-исследовательского части.

- поле *глаголов деятельности*

главного героя: *сконцентрировался (на экране ноутбука), вычислил, был удивлен, брел (по снегу), представил себе, обдумывает, стремится сбросить с себя..., показывает свое желание, хоче (чтобы другие утешили его), не проходит (этический тест), ему следует сказать, находится не в сильной позиции, но мог бы...;*

героев второго плана: *объяснил, планирует объявить, заработала миллионы, искренне верит, может говорить по телефону, был прав...*;  
экспертов: *понимаю, полагаю...*(данное поле обнаруживается только в процессе развития второй темы).

- поле *атрибутивности*

главного героя: *преемник, восходящая звезда, предмет жалости окружающих, ранимый...*;

героев второго плана: *ментор, блестящий, преданный, выживший, более собранный...*;

экспертов: *тренер* — единственный найденный атрибут этой группы тематических субъектов.

Проанализировав поле глаголов деятельности и атрибутивности можно сказать, что главный герой сюжета активен, значим в канве повествования, является связующим звеном первой и второй тем; герои второго плана — значимы для развития предмет-ориентированного содержания рубрик: понимания и оценки фигуры протагониста, создания подробных, детализированных выводов и рассуждений экспертной группы; эксперты — активны, корректны, профессиональны, значимы, их идеи — источник содержания в организации второй и третьей тем, а исследовательские ментальные модулы — собственно вербализация идей.

*Линейное распределение* означенных выше тем (лексико-семантическая представленность тем с учетом линейного развития знакового ряда).

(1) Тема «Проблемная ситуация топ-менеджера (Карьерная проблема Эда Девидсона)» репрезентирована, главным образом, в первой подрубрике исследуемого нами информационно-аналитического блока и актуализирована всеми обозначенными выше тематическими полями. Данная тема является инициальной для организации содержательного пространства второй подрубрики, поэтому ее лексико-семантические маркеры присутствуют здесь в полной мере. Меняется синтаксис:

отсутствуют конструкции, передающие эмоциональное состояние героев и экспертов.

(2) Темы *«Профессиональный анализ/исследование и способы/модели разрешения проблемной» ситуации* и (3) *«Эксперты»* репрезентирована только во второй подрубрике, что подтверждается значительным увеличением использования *профессиональной лексики*, несмотря на присутствие всех обозначенных выше (тематических) полей. В некоторых линиях сюжета знаковый ряд *пересекается*, а в каких-то нет. Можно отметить относительное превалирование поля *глаголов деятельности* и поля *профессиональной лексики* на протяжении всего линейного развертывания текста. И уже эти поля собирают на себя в начале поле *бытовой лексики*, поле *географических названий*, поле *эмоционально-нейтральной лексики*, а затем поле *профессиональной лексики* усиливается, его объем увеличивается, к нему присоединяются поле *статусной лексики*, поле *мероприятий*. Поле *географического пространства* актуализировано в *первой* части подробно, во *второй* — окказионально. Поле *времени* актуализировано равномерно по всему тексту.

Таким образом, можно констатировать определенную монотонность (рамочность) чтения.

**Топико-фокусная содержательная компонента.** Протагонист и его проблема — ядро материала и постоянный фокус внимания. От него отталкиваются все эксперты, его отождествляют с проблемой, на его фоне определяются все основные характеристики; ядро материала становится причиной, на основании которой выстраиваются все формальные, желаемые и наиболее реальные поведенческие модели всех действующих лиц рассматриваемого случая. Топиком становится идея самореализации и идея самоидентификации.

\*\*\*

В результате проведенного анализа реконструировано предмет-ориентированное содержание текста, репрезентированное в рубрике «Исследование отдельного случая» под названием «Брошенный на склоне горы» и рубрике «Исследовательский комментарий отдельному случаю» под названием «Что делать Эду?» из январского выпуска за 2004 год, и увидели следующее:

Предмет-ориентированное содержание текста проанализированного целостного отрезка дискурса (рубрики) с опорой на *структурное* и *системное* содержание представлена в жесткой связке, получив свое реальное воплощение в виде комплексной проблемы топ-менеджера (Эда Девидсона) одной из крупных корпораций. Нет случайной информации: (а) биографические данные дают ключ к пониманию глубинных причин возникновения проблемной ситуации (*фактологическая составляющая предмет-ориентированное содержание*: бизнес-терминология, географическое пространство, актуальность, статусная лексика, бытовая лексика, название организаций); (б) подробное описание предметно-тематической информации содержит объяснение, почему эта ситуация является проблемной (*фактологическая и интерпретативная составляющие предмет-ориентированное содержание*: профессионализмы, эмоционально-нейтральная лексика, оценка, глаголы деятельности, атрибутивность); (в) выбранное знаковое воплощение предметно-тематического содержания подтверждает высокий уровень самого издания: его точность, профессионализм (*метаязыковая составляющая предмет-ориентированного содержания*: терминология из области психологии и психиатрии, бизнес-терминология); (г) поля, актуализирующие пространство и время, создают эффект реальности, непосредственного настоящего, переживаемого и значимого сегодня (*фактологическая составляющая предмет-ориентированного*

*содержания*). Пространственно-временные характеристики указывают также и на то, что предмет обсуждения осязаем, детализирован, позиционирован в реальном мире, соответствует настоящему миропорядку.

Т.е. можно сказать, что реализуемые в рамках исследуемой рубрики темы обладают максимальной дескриптивной характеристикой, а также полноценно представленной аналитической компонентой.

В свою очередь, анализ *иерархического* и *синтагматического* развития тематического среза позволяет увидеть все предмет-ориентированное содержание *текста* рубрики в определенной значимой развернутости: значимость фиксирует основное внимание на главном герое повествования и его проблемах, развернутость последовательно ведет по всем ключевым сюжетным точкам, вовлекая в орбиту протагониста новых тематических субъектов, а также «раскручивая» клубок проблем и конфликтов главного героя. В подрубрике «Изучение отдельного случая», представленного художественным текстом, новыми тематическими субъектами становятся герои второго плана, в аналитической — они же и эксперты.

Автор художественного текста, журналист, хотя и представлен аудитории, но он — нетематичен, он остается за кадром, поскольку ни в одной части ни «своего» (художественного), ни экспертного текстов он актуализирован лишь имплицитно. Можно говорить о том, что реальность, пусть и виртуальная, фиктивная (художественный текст) подается в тексте как самозначимая, объективно данная («чистая»). В аналитической части, напротив, эксперты не только означены и представлены — они моделируют содержательную структуру своих текстов, активно присутствуют в их текстуре, оценивая, осмысляя, анализируя, размышляя как о личности самого главного героя, так и о его проблемной ситуации. Актуализированный знаковый ряд экспертов

указывает на их профессиональность, объективированность, лаконичность благодаря прозрачности для них предмета обсуждения.

### **III.3. Анализ референтного содержания отдельного номера/выпуска журнального издания «The Lion»**

В качестве материала для исследования дрзп один номер/выпуск данного издания: N 79 (vol.79/no.1) за июль/август (July/August) 1996 года. Номер содержит пятьдесят шесть полноцветных страниц и четыре страницы обложки, двадцать четыре статьи, тринадцать страниц рекламы.

**Журналистский повод.** Все материалы данного выпуска написаны по определенным поводам. Такими поводами, в частности, являются: (а) *избрание нового президента клуба Lion*; (б) *процесс реализации проектов/программ* («Помощь бездомным детям», «Трое ради одного», «Программа возвращения зрения», «Защита окружающей среды», «Воспитание лидерства», «Общественные связи», «Банк идей»); (в) *необходимость идентифицировать новых нуждающихся*, которым члены клуба Lion будут помогать (целевая группа новых благотворительных проектов); (г) *необходимость провести сбор дополнительных средств* будущих и настоящих благотворительных проектов (материальная основа для ведения проектов).

Как видим, все поводы весьма конкретны, а сам факт их актуализации в журнале, говорит о том, что его содержание имеет четкую референтную окрашенность (манифестацию).

#### ***Тематический срез номера в его структурном развитии.***

Темами номера стали:

- (1) Президент клуба (*руководство клуба Lion*),
- (2) читатели журнала «The Lion» (члены клуба),
- (3) *благотворительная деятельность членов клуба* (проекты),

(4) *сроки (реализации проектов),*

(5) *целевая аудитория благотворительных проектов.*

Тема «*Президент клуба*» получает достаточно широкое (уходит в различные подтемы) и глубокое (детализация) развитие, и развивает эту тему не журналист, а сам президент клуба Lion — Огастин Солива. В редакционной статье-обращении он говорит: (а) *о себе*, (б) *о своей семье*, (в) *о своем членстве в клубе и карьерном росте* (подчеркивает преданность клубу), (г) *о деятельности клуба под его началом*, (д) *об идее клуба*; все эти позиции — *развитие темы*. Для него члены клуба — как члены его семьи. Он считает, что они должны знать о нем все и видеть в нем не только президента, но и человека (что он и реализует). Подробный рассказ о себе сопровождается основными биографическими данными, фотографиями из личного семейного архива (всего 6 фотографий, где он запечатлен с женой, с женой и детьми, с внуком, в окружении всей своей семьи).

Говоря о своей *семье*, Огастин Солива подробно рассказывает о жене: называет ее имя, описывает свое с ней знакомство, говорит о ее отношении к деятельности клуба: она поддерживает все благотворительные инициативы мужа (4 фотографии с женой). Другие члены семьи не получают столь подробного описания: называются имена детей, их профессиональный статус, указываются имена их супругов, а также имена внуков президента клуба.

Президент клуба говорит о своем членстве в организации (дается краткое описание его карьерного роста, иллюстрируемое соответствующим фотоматериалом (15 фотографий, 3 из которых ч/б, ретроспектирующие первые годы членства Огастина Соливы (конец 60-х): Огастин Солива — активный член клуба Lions, конец 60-х — начало 70-х годов прошлого века). Он говорит о деятельности клуба под его началом (называет семь основных благотворительных проектов и программ, которые организация ведет в настоящее время, описывает те

проекты, которые уже реализуются, но более подробно представляет те, которые будут развертываться в текущем году).

Редакционная статья-обращение содержит также информации о прошлом опыте президента клуба, повлиявшем на становление Огастина Соливы как личности. Президент клуба не скрывает своих статусных характеристик, стремясь показать естественность своей позиции старшего в семье (в клубе). Его опыт работы представлен со дня его вступления в организацию. Мы знакомимся с тем, как он организовывал благотворительные акции, посещал бедных и нуждающихся (8 фотографий, на которых он запечатлен с участниками «Программы возвращения зрения» в Сан-Жозе Душ Кампуш, в одном из индийских госпиталей, построенном и поддерживаемом на средства, собранные отделением клуба Lions в Индии, и т.д.). Он демонстрирует свое знание символики клуба и основных принципов деятельности клуба, свои способности организовывать, планировать и реализовывать проекты.

Тема *«Читатели журнала «The Lion»»* также имеет структурное развитие. Они — и (а) члены клуба, и (б) члены большой семьи, и (в) участники проектов, и (г) те, кто помогает и будет помогать, а также (д) те, для кого важна успешная реализация проектов (и это, пожалуй, все). Такое развитие данная тема получает практически во всех материалах журнала, начиная с обращения Президента клуба и продолжая развиваться далее в материалах о проектах и их реализации.

Тема *«Благотворительная деятельность членов клуба (проекты)»* получает структурное развитие. Каждый проект имеет:

(а) *своих реальных исполнителей/* членов клуба/ волонтеров на местах и конкретные организации и др. Например, в благотворительном проекте «Бездомные дети» участвуют члены клуба при содействии Департамента молодежных программ международной штаб-квартиры, а также региональных представительств UNISEF (дается номер телефона и код));

(б) *сроки* — в материалах актуализируется факт долгосрочности проектов; они делятся до года и дольше, а некоторые, как, например, «Помощь бездомным детям», не ограничены сроками реализации программы, что определяется масштабностью и стоимостью проекта;

(в) *целевую аудиторию* каждого проекта, которая всегда конкретна: называются имена людей нуждающихся в помощи, актуализируется факт необходимости помощи этим людям (находящимся на низкой социальной ступени, проживающим за чертой бедности). Так, в одном из проектов читателям предлагается справочник «Дети в опасности: особое внимание бездомным детям», который можно приобрести в указанных представительствах. Целевая аудитория этого проекта — бездомные, брошенные, скитающиеся, убежавшие из дома, «трудные и проблемные» дети и подростки, дети-наркоманы. Указывается возраст таких детей (от нескольких месяцев до 18—20 лет).

Все направления развития темы «*Благотворительная деятельность членов клуба (проекты)*» имеют достаточно разветвленную репрезентацию, а реальных исполнителей проектов (членов клуба) и сроки (исполнения проектов), по существу, можно представить в качестве самостоятельных тем. Первая из них (члены клуба), как мы уже отмечали выше, так или иначе, является тематичной. Только в рамках направления «реальные исполнители» они занимают лишь часть данной ниши. Здесь эта позиция развивается следующим образом: *сроки* и *целевая аудитория проектов* получают максимальное развитие — и тем самым обретают статус тем, хотя с точки зрения иерархической организации являются темами второго плана (или подтемами) и рассматриваются в рамках сквозной темы «*Благотворительная деятельность членов клуба (проекты)*».

***Иерархический анализ тематического среза (анализ значимости тем).*** Все темы взаимосвязаны и соподчинены. Каждый из тематических блоков (Президент клуба, члены клуба, проекты,

исполнители и целевая группа проектов) имеет определенную степень значимости.

Предметно-тематическое содержание сосредоточено на субъектах и их деятельности в рамках проектов — и только в сочетании этих двух тематических направлений: каждого по отдельности не существует. И все же они наделены разной степенью значимости: центральное поле обсуждения — все же деятельность (проекты, целевая группа, сроки прописаны подробнейшим образом), а субъекты деятельности даны не описательно, а функционально (они действуют, ибо они морально объединены).

Таким образом, все пять тем:

- (1) *Президент клуба* (руководство клуба Lion);
- (2) *читатели журнала «The Lion»* (члены клуба);
- (3) *благотворительная деятельность членов клуба* (проекты);
- (4) *сроки (реализации проектов)*;
- (5) *целевая аудитория благотворительных проектов*

четко структурированы и наполнены конкретными данными: именами, цифрами, датами, адресами и т.п.

Тема «*Президент клуба*» получает следующее развитие:

- (1) личный (семейный) план (жена, дети, их семьи);
- (2) институциональный план (члены клуба как ассоциация и как семья);
- (3) деятельностно-институциональный план (ведение проектов);
- (4) прожективный план (планы на новые проекты).

Тема «*Члены клуба*» важна только в контексте проекта: это единомышленники, участники — но и только. Нет информации о них самих, их социальных, статусных и профессиональных характеристиках.

Обратим внимание на темы и с позиции значимого отсутствия. Есть тема «*Президент клуба*» (он же и адресант), есть тема «*Читатели...*» (они же исполнители проектов). Но нет темы «журналист»

(также адресант журнала), хотя фамилии журналистов даются в начале почти каждого материала. И все равно, они остаются за кадром: они не активны в повествовании (структура всех материалов практически однотипна), они никак не оценивают материал, не дают своего отношения — их словно нет в содержательной палитре журнала, они никак не проявляют себя, иначе говоря, они нетематичны. Почему это для нас — «значимое отсутствие»? Получается, что журнал реконструирует «дискурс-картину мира», где есть только своя группа (семья, коллеги по благотворительной деятельности) и своя деятельность — реально объемная, значимая, точно проецированная во времени (сроки) на определенную аудиторию (целевую группу).

*Знаковое решение тем с учетом системной характеристики.* И президент клуба, и журналисты, освещая предмет разговора, широко используют следующую лексику:

- поле *профессиональной* лексики (в зависимости от специфики проектов, которые освещаются в журнале): медицинская (*метод пальпирования, хирургия катаракты...*); финансовая (*налоговое планирование, стратегии эффективной благотворительной деятельности...*);
- поле *статусной* лексики (словарь, дающий возможность узнать о статусе тематизированных субъектов коммуникации): *президент, мэр Нью-Йорка, губернатор штата...*;
- поле *цифр, дат*: *100 млн. (детей), 2,500 (бездомных детей-токсикоманов), 10,750 (долларов США) для 100 (операционных), в 1966—1967...*;
- поле *бытовой лексики*, разговорный нормированный регистр: *неумека, моя мамочка...*);
- поле *географических названий*: *Нигерия, Остров Виктории...*;

- поле названий организаций: *Политехнический институт Ренсея, Национальный комитет церквей, Комитет ООН по правам ребенка...*

В целом, темы подаются объективировано, нейтрально, однако имеет место и поле эмоциональной лексики: *без надежды, бездомные, беспомощные, жертвы* и т.д. — тематическое поле эмоций представлено минимально и, главным образом, направлено на описание целевой группы проектов.

Эмоциональность и образность, тем не менее, есть и в других тематических блоках, но достигается она за счет синтаксического ряда. В целом, мы наблюдаем маркировано упрощенный синтаксис, повествующий о людях, организациях, группах, их деятельности (благотворительной) и результатах (*Новая программа SightFirst в Мексике развивается благодаря созданию первой «Территории SightFirst» на севере страны. Предыдущая благотворительная инициатива SightFirst была реализована в южной Мексике. Округ В-2: Торреон, Коахила (в сумме 8,075 долларов США для оборудования 100 операционных).*

Темы подаются в повествовательном ключе, который, однако, временами нарушается:

- вопросами, побуждающими к активному сотрудничеству (*Что можно предпринять в этой связи? Что можем сделать мы, будучи «львами»?...*);

- модальными глаголами и выражениями (*Необходимо проявить личный интерес к ним... We need to take a personal interest in their lives...*).

*Пространственная характеристика.* Поле географических названий данного выпуска весьма обширно, практически это весь мир. Все страны, где находятся ячейки клуба Lion, и все те страны, где реализуются проекты: Индия, Канада, США, Аргентина, Австралия, Китай, Новая Зеландия и т.д. Названия этих стран не носят тематического характера: нет данных о

качественном статусе страны по отношению к остальному миру (ее экономических, геополитических, демографических и т.п. характеристик), это — всего лишь место, где осуществляется деятельность членов клуба, и ничего более.

*Временная характеристика* предметно-тематического содержания представлена главным образом четырьмя формами:

- *простое прошедшее время* (исходные позиции проектов): *сформировал, вовлекли...*;
- *простое настоящее* (констатация деятельности): *требует налаживания партнерских отношений...*;
- *настоящее совершенное* (факт завершения тех или иных аспектов деятельности в рамках выше указанных проектов): *не стало легким делом, выбрали...*;
- *неизбежное будущее* (will) (констатация факта обязательного исполнения того, что запланировано): *сделает возможным, укрепит...*

Таким образом, знаково-тематическое содержание облекается в такие знаки, которые позиционируют коммуникантов в следующих планах:

- реальности (цифры, даты, географические названия);
- осознания реальности (и делают это достаточно глубоко, с выходом в профессиональный дискурс), однако реальность не образная, а определенная, объективированная (отсутствие метафор, аллюзий);
- социального мира (статусная лексика).

Лексика проста, однозначна, денотативна. Использование *профессиональной* лексики делает предметное содержание серьезным, профессионально акцентированным, качественным; использование *статусной* лексики — корректным; использование *цифр* — информативным; стройность и простота синтаксического ряда — ясным, лаконичным. Благодаря пространственно-временным характеристикам

предмет обсуждения осязаем: создается ощущение присутствия, персональной вовлеченности.

*Знаковое решение с учетом линейной характеристики (лексико-семантическая представленность тем с учетом линейного развития знакового ряда).*

(1) Тема «Президент клуба Lion (руководство клуба)» открывает журнал и развивается, главным образом, в *первом* и *втором* материалах, где президент представляет себя такими полями, как «*семьянин*», «*работник*», «*руководитель*». Фактически, все то, что мы узнаем о нем, находится сразу, но в определенной последовательности: сначала — о его семье (о человеке), затем — о работе/карьере. Далее в содержательном пространстве журнала эта тема возвращается и реализуется только полями «*работник*» и «*руководитель*».

(2) Тема «читатели журнала Lion (члены клуба)» также инициирована в *первом* материале и далее развивается *абсолютно во всех* статьях. Она реализована такими полями, как «*партнеры*», «*друзья*», «*семья*», «*работники*», «*помощники*», «*спасатели*», «*спонсоры-меценаты*», «*лидеры*», «*клуб*». Нет четко заданной последовательности, в которой данные поля появлялись бы в текстуре издания: они «вплетены» в каждый материал, «*рассыпаны*» по всему изданию. При этом количество глаголов, входящих в названные поля, несомненно, больше (в 4 раза), чем количество существительных и прилагательных (вместе взятых). Глаголы начинают и завершают развитие этой темы: глагольные формы репрезентируют читателя и члена клуба как человека действия, но не созерцателя.

(3) Тема «*благотворительная деятельность членов клуба (проекты)*» анонсируется в *первом* материале и затем весомо присутствует во всем содержательном пространстве журнала, в каждом его материале (включая рекламные блоки). Она реализована такими полями, как «*служение*», «*проекты-программы*», «*реализация*»,

«география деятельности» (именно такой порядок появления данных полей такой как представлен при их перечислении). Причем если в первом и втором материалах реализован *номинативный* план данной темы, то в последующих статьях реализован главным образом ее *деятельностный* план. (Начало темы — содержание и осмысление, а уже потом — действие.)

(4) Тема «сроки (реализации проектов)» раскрывается в рамках темы «проекты». В данном случае значимы временная характеристика (обеспечиваемая, прежде всего, глаголами и глагольными словосочетаниями) и поле «даты». Дейектические слова разбросаны по всему журналу, у них нет жесткого распределения. Поэтому можно сказать, что данная тема одинаково актуальна во всей линии содержания журнала.

(5) Тема «целевая аудитория проектов» репрезентирована в рамках поля «*благотворительная деятельность*» и актуализирована такими полями, как «*нуждающиеся*», «*жертвы*», «*бедность*», «*болезни*», «*опасность*». Помощь здесь всегда адресна. За словами «болезни» стоят конкретные болезни (слепота, глаукома...), за словами «бездомные» стоят конкретные люди (имена и фамилии, фотографии). При этом слова, входящие в названные поля, относятся к номинативному и атрибутивному плану. Отметим значимое отсутствие (минимальную представленность) деятельностного плана: в 90% случаев употребляемые здесь глаголы представлены пассивным залогом, что позиционирует эту тему как объект приложения сил.

Необходимо отметить, что линейное развитие всех (без исключения) тем сопровождается информацией, которую следует представлять не словесно, а в фотографиях. В этом есть смысл: все, что сказано, имеет документальное подтверждение, не оставляя таким образом возможности для сомнений со стороны аудитории. Линия фотосюжетов соответствует линии появления тем в издании.

**Топико-фокусная содержательная компонента.** Специфика развития тем такова, что они сорганизуются в два топика: (1) «**семья**» — с фокусом внимания на таких позициях, как *семья, члены, ассоциация, организация, союз, партнерство* и (2) «**благотворительная деятельность**».

Члены клуба осуществляют определенную деятельность и участвуют в ней на равных, при этом находятся в рамках определенной иерархии. Эта иерархия не функциональная, а как бы родовая, предполагающая поддержку, распределение обязанностей, ответственность, отсюда подвижная фокусировка в репрезентации топика «семья», являющегося рамочным для «нашего» макротекста. Фокус внимания в этом топике вначале *сосредоточен* на президенте клуба. В данном случае — это вновь избранный президент клуба Lion Огастин Солива. Но далее фокус как бы *передвигается*, высвечивая все обозначенные выше позиции. Иначе говоря, журнал исключительно внимателен ко всему, о чем он пишет: нет центра, нет периферии, нет более/менее значимого и тем более незначимого вовсе.

«Благотворительная деятельность» (членов клуба) находит выражение в конкретных проектах — настоящих и будущих. Ничто не отвлекает читателя, нет никакой информации о других видах деятельности членов клуба. Мы не узнаем из материалов журнала об источниках дохода членов клуба, о том, где и как они проводят свободное время и т.п. Макротекст информативен только в отношении благотворительной деятельности, и именно в ее рамках члены клуба выступают как семья.

Таким образом, две темы переходят в два топика, которые непосредственно пересекаются и после первого пересечения в первом же тексте уже больше не существуют в качестве самостоятельных. Если же какая-то часть этого двуединства отсутствует эксплицитно, она, в любом

случае, манифестируется: мы можем ее, так или иначе, реконструировать из вербального или невербального рядов.

\*\*\*

В результате проведенного анализа реконструировано предмет-ориентированное содержание текста, репрезентированное в выпуске англо-язычного журнала «The Lion», N 79 (vol.79/no.1) за июль/август (July/August) 1996 года, и увидели следующее:

*Предмет-ориентированное содержание текста* выпуска журнала «The Lion» предстает в определенном *фактологическом* пространстве, которое наполнено *людьми, фактами, событиями*. Эти люди организуют благотворительную деятельность, но ранее они прошли большой путь, который позволил им получить высокий уровень образования, сформировать свод моральных ценностей, определить этическую составляющую последних. Эти люди готовы к следующему качественному этапу. Они подходят к благотворительной деятельности профессионально, привлекая экспертов (финансистов, медиков). Они выбирают достойную и соответствующую своим высоким принципам кандидатуру лидера, способного возглавить их организацию. *Факты* — это проекты, которые реализуются названными выше субъектами. Проекты имеют свою целевую аудиторию, исполнителей, средства, сроки. *События* — это завершение одних (благотворительных) проектов, ведение других, открытие третьих.

*Предмет-ориентированное содержание текста* выпуска журнала «The Lion» предстает также в *интерпретативном* и *метаязыковом* пространстве. Так, перечисленная выше группа фактов, событий и субъектов осмысливается в терминах этического поведения, деятельности, осуществляемой во имя чего-то и для кого-то, деятельности организованной, имеющей финансовую базу.

Вербализованная интерпретация подводит читателя к тому, что значимость субъектов, занимающих тот или иной пост, определяется их подготовленностью к подобному положению, с учетом их жизненного опыта, профессиональной состоятельности, моральных устоев. Важны не факты как таковые (помощь, проекты...), а их осмысление в рамках финансовой и медицинской составляющей — факты, представленные профессионалами своим коллегам.

*Предмет-ориентированное содержание* текста выпуска журнала «The Lion» рассматриваемого журнального издания может быть определена, как *рациональная, профессионально освоенная, побуждающая к действию, уточняющая позиции*. Анализ специфики функционирования предмет-ориентированного содержания как единой функциональной данности ПС дискурса демонстрирует нам, что в журнале «The Lion» важны все: и *предмет* коммуникации и ее *субъекты*, которые непосредственно тематизируются и далее образуют единую топик-актуальную текстуру с последовательным переключением фокуса внимания. В журнале нет пустой, «водяной» информации, используемой ради заполнения его содержательного пространства.

### III.4. Обобщение результатов

На данном этапе анализа можно сделать следующие выводы. Предмет-ориентированное содержание (или предметно-тематический срез) материалов исследованных нами изданий, то есть *дискурс-картина мира* (далее ДкМ) или реальности, представляемой ЭСИ на примере 3-х случаев реализует себя в каждом конкретном случае как определенная функциональная целостность.

Во всех 3-х случаях ДкМ представляет собой подвижное образование, ибо подается в 4-х измерениях: *иерархическом (ранжирование), структурном развитии, системном (знаковая представленность) и линейном (развитии знаковой представленности)*. Каждое измерение репрезентирует «картину» по-своему, но вместе они образуют объемное, многогранное, динамическое содержательное единство. При этом форма остается неизменной, статичной.

Во всех 3-х случаях ЭСИ репрезентируют ДкМ, в которой переплетаются три содержательных плана: фактологический, интерпретативный и метаязыковой. *Фактологическая составляющая* (даты, названия значимых имен, статусов, профессий, городов, стран, названия организаций, мероприятий) создает *основу «картины»*; *интерпретативная составляющая* (цитация, ссылки) усложняет рисунок реальности, поясняет его, создает отношение; *(научно)-метаязыковая составляющая* (научная терминология, профессионализмы) придает ей системность, объективированное осмысление. Все три составляющие находятся в тесной взаимозависимости, взаимодополняемости и гармонии.

Соотношение фактологии, интерпретации и метаязыка в 2-х случаях практически идентично, но отличается от 3-го (в статье воскресного приложения «Domenica» и в рубрике журнала HBR). В клубном журнальном издании «The Lion» основной упор делается на

*фактологическую* составляющую, подтверждая тем самым целевую установку издания на детальное и объективированное информирование членов клуба о деятельности организации. Но, тем не менее, и здесь текстовое содержание объемно: факты осмысливаются и интерпретируются в рамках отчетно-финансовой деятельности.

В нашем случае значимую роль сыграла также реконструкция топико-фокусного параметра содержания. В материалах ЭСИ велика концентрация внимания редакции, журналиста/автора материала на Личности, которая идентифицируется с определенной группой и обладает определенной ответственностью. Д-К. «фокус внимания» важна для ЭСИ и придает *ДкМ* как *эксклюзивные*, так и *общие* черты. В журнале «The Lion» мы обнаруживаем две фокусировки. Одна подвижна, другая постоянна. *Постоянный фокус внимания* — это аудитория журнала, которыми являются члены клуба. Мы видим во всех материалах журнала их постоянное присутствие. Что бы ни освещалось — это важно для читателя, это нужно читателю. Читатель здесь — участник этих событий, их спонсор, исполнитель, контролер. Для него важна успешная реализация всех проектов, в которые вовлечены члены клуба Lion. Проекты — их общее дело, и они должны быть реализованы на благо всех. *Подвижная фокусировка* также по-своему постоянна, и это постоянство — в ее линейной последовательности. Так, в фокусе внимания — реальные люди, которым оказывают помощь волонтеры и члены клуба, а также все детали проектов, реализуемых людьми и для людей: ничто не упущено, никто не забыт. Последовательность информации каждый раз повторяется: время реализации проектов, сроки, место осуществления благотворительной деятельности клуба, др. — все значимо, все присутствует в *картине*. Фокус постоянно передвигается как прожектор, высвечивая каждую деталь: от одного факта к другому, от факта к интерпретации, от интерпретации к осмыслению и опять к факту. В двух других материалах (в статье воскресного приложения и рубрике

делового журнального издания) — один *постоянный* фокус внимания, который при этом сохраняет свою *подвижность*. И этот фокус внимания — человек. «Прожектор» перемещается, освящая разные стороны реализации человека, проявления его личности. Для него одинаково важны и *мыслительная деятельность и оценочная*, но при этом он внимателен к факту его мышления, оценки опираются на факт, отталкиваются от факта. *Перемещающийся фокус* делает особо значимым линейное развитие содержания, приковывает читателя к тексту, включает его в активное осмысленное познание мира. *Картина* реальна и познавательна, рациональна и эмоциональна. Она включает в себя субъекта познания. И это — *общая* для всех трех случаев характеристика.

Топик каждой из 3-х *картин* двусоставной и отражает факт связки трех составляющих (фактологической, интерпретативной, научно-метаязыковой). В «Il Sole 24 Ore» и «HBR» топики могут быть сформулированы как некие идеальные сущности, хотя они и исходят из конкретных фактов. Так, в «Il Sole 24 ore» это — (1) личность в истории цивилизации и (2) знание — бремя ответственности. В «HBR» это — идея самореализации и идея самоидентификации человека. В журнале «The Lion» упор на фактологическую составляющую по-другому решает воплощение топика, и это — (1) семья, состоящая из членов клуба и (2) благотворительная деятельность. В «The Lion» факт и идея факта олицетворены символикой, и тогда факт поднимается до уровня идеи. Во всех 3-х случаях двусоставные топики представляют собой единство факта, интерпретации и идеи, но ключевой характеристикой топика становится «идеальная сущность», идея, которая, однако, может быть как прямой, так и опосредованной. В 2-х случаях («Il Sole 24 Ore» и «HBR») мы наблюдаем вариант прямой подачи, а в 1-м случае («The Lion») — вариант опосредованный.

Таким образом, топики-фокусная доминанта является еще одним качественным признаком, который мы выявили.

В дополнение к сказанному выше в нашем материале всегда эксплицирован «журналистский повод». Для всех 3-х случаев характерна актуализация мотива порождения содержания, который реализован в этой Д-К. Данная Д-К. задает необходимость наличия и единения 3-х составляющих *картины*: факта, интерпретации и анализа (экспертные оценки). Именно ее актуализация делает *картину* (несмотря на ее объемность и многогранность) полнокровным, целостным и гармоничным содержательным пространством.

#### IV. РЕКОНСТРУКЦИЯ ДИСКУРС-КАРТИН КОРТЕЖНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЭСИ: (на примере 3-х изданий)

В данной главе представлено исследование субъект-ориентированное содержание материалов ЭСИ. Исследовательский материал тот же, что и в главе III. Однако здесь внимание обращено на реконструкцию 3-х *дискурс-картин кортежного взаимодействия*.

Напомним, что под *дискурс-картиной кортежного взаимодействия* мы понимаем субъект-ориентированное, или кортежное, содержание текста, которое прочитывается как динамическое единство ряда дихотомий. И это — актуальное латентное (потенциальное) «кортежное содержание» и «экстралингвистическое-лингвистическое». Так, фокус внимания кортежного содержания в его иерархическом и линейном развитии (и эта дихотомия актуального содержания репрезентирует себя в речевой организации взаимодействия «адресант-адресат»), а также кортежного содержания в его системном и структурном развитии (и эта дихотомия потенциального содержания репрезентирует себя в жанрово-форматном взаимодействии «адресант-адресат»). Наличие этих взаимопроникающих дихотомий обеспечивает подвижность кортежной информации текста, ее жизнь, саморазвитие, ее функциональное бытие.

Поиск общего и специфического в *дискурс-картинах кортежного взаимодействия* реконструированных из 3-х изданий ЭСИ («Il Sole 24 Ore», «Harvard Business Review», «The Lion») — такова задача данной главы.

##### **IV.1. Анализ кортежного содержания *статьи* воскресного приложения «Domenica» к итальянской газете «Il Sole 24 Ore»**

Мы проанализировали содержание статьи «Антиквар свободы» (L'Antiquario della Libertà) воскресного приложения «Domenica» за 18 марта

2001 года, реконструировав ее субъект-ориентированное содержание. Напомним, что данная статья помещена на титульном листе приложения, занимает 2/3 полосы и имеет абрис классического материала «передовицы»: (1) аннотационный материал представляет автора и героя материала, тезисно знакомит нас с содержанием, обозначает основную идею, которую автор материала заявляет в своем тексте, выбирая тему для разговора; собственно статья; репродукция картины Рубенса и литографическое изображение героя материала.

Посмотрим поочередно на все четыре составляющие содержания. Они организуют *дискурс-картину кортежного взаимодействия* данного материала, центральная часть которого — статья. Отметим, что изначально (в аннотации) репрезентирован только **автор**: даны его имя (*Марко Фумароли*); статусные характеристики (*профессор Коллеж де Франс, член Французской академии наук, литературный критик, литературовед, искусствовед, культуролог*); место работы (*Коллеж де Франс*); область знания (*литература, искусствоведение, история*); названия основных литературных трудов (*книги «Богемность, академичность, язык. Три литературных источника», «Школа тишины», «Век красноречия»*), а также установлена связь между тем, чем он занимается, и научными исследованиями, проведенными в разное время различными учеными. Иными словами, аннотация уже изначально как бы задает его **роли** — такие, как **эксперт, аналитик, исследователь, профессор**. Реализуются ли они в тексте статьи и как именно? Каким при этом автор видит своего читателя, какие отношения с ним устанавливает?

Результат внимательного прочтения статьи, знакомства с ее знаковым рядом, реконструкции ролей автора и ролей, которые он отводит своей аудитории представлен в табл. 7: слова в левом столбце, оказавшиеся значимыми для реконструкции того или иного наполнения речеповеденческого содержания, были нами подчеркнуты, (мы посчитали нужным дать тут же, в таблице, их оригинальную версию).

Таблица 7

**Реконструкция ролей адресанта и адресата, репрезентированных в  
тексте статьи «Антиквар свободы» воскресного приложения  
«Domenica» к газетному изданию «Il Sole 24 Ore»**

<p align="center"><b>ЗНАКОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КОРТЕЖНОГО СОДЕРЖАНИЯ</b> (с учетом линии ее развития) (примеры предложений, в которых актуализируется кортеж общения)</p>	<p align="center"><b>КОРТЕЖНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОДЕРЖАНИЯ И КОММЕНТАРИЙ</b> (выведенная интуитивно из знаковой организации текста)</p>	
	<p align="center">роли адресанта (Марко Фумароли)</p>	<p align="center">роли адресата (целевой аудитории статьи)</p>
1	2	
<p>«<u>Все те, кому</u> интересен (chiunque s'interessi) европейский семнадцатый век Галилея, Рубенса и Бернини, <u>должны</u> (deve) <u>непрерывно</u> прочесть и иметь в своей библиотеке эту книгу, наряду с еще одним <u>шедевром</u> (capolavoro) научно-популярной американской литературы «<i>Николя Пуссен. Дружба и страсть к рисованию</i>» Элизабет Кроппер и Чарльза Демси (Йельский Ун-т, 1996)».</p>	<p><i>Кортеж:</i> лектор/профессор — аудитория, внимающая лектору (лектор косвенно обращается к аудитории (и здесь использована безличная форма глагола в условном наклонении в ит. языке, которую обычно применяют в общении лекторы/спикеры с образованной публикой), объединяя ее и программируя ее отношение к предмету разговора и к себе — риторический прием «общий вагон»; модальность; оценка предмета разговора для аудитории).</p>	
<p>«<u>Ключевым словом</u> (la parola chiave) описываемой гражданской европейской общности (за исключением Бернини, занимавшегося заказами церкви) является слово «антиквар».</p>	<p><i>Кортеж:</i> профессор/лектор — слушатель лекционного курса (лектор актуализирует знаковый ряд и оценивает его)</p>	
<p>«Пейреск очень хорошо осознал (как и его современники <u>Картезиус</u> и <u>Бекон</u> тот факт, что наша жизнь слишком коротка, радиус действия человеческого разума чрезвычайно ограничен, а разнообразие мира ужасно велико, <u>так отчего</u> (perche' ... potesse non essere) <u>всем вместе</u> не заниматься сравнительной, универсальной метафизикой — от зоологии до антропологии, от ботаники до астрономии».</p>	<p><i>Кортеж:</i> мыслитель/аналитик (расширяющий кортеж за счет исторических фигур и фигур, представляющих современное интердисциплинарное знание) — такие же мыслители и аналитики сегодняшнего дня. <i>Здесь использован тот же грамматический прием, что упомянут в первом примере данной таблицы.</i></p>	
<p>«В процессе работы по «воскрешению», которой он себя посвящает, философ, филолог и антиквар ускользает от <u>времени-убийцы</u> (tempo divorante) и проникает во <u>время-спасителя</u>. (tempo redentore)»</p>	<p><i>Кортеж:</i> филолог — филолог (имплицитность восполняется метафорами: время-убийца — время тела; время-спаситель — время для души).</p>	

<p>«Согласие есть (l'acquetazione e') основа того самого <u>эфемерного</u> (effimera) счастья, на которое <u>способен</u> (e' capace) человек»</p>	<p><i>Кортеж</i>: моралист, романтик, оптимист, человек, актуализирующий свой миропорядок, свои значимости (указывает в выводах в качестве ключевого не предметно-тематическое слово — <i>согласие</i>), и вместе с тем — лектор — широкая, нерегламентированная аудитория, которая остается при этом аудиторией неслучайной, подготовленной — той, которая уже освоила текст, его прочитала и приняла, той, которая его понимает (любопытно, что в аннотации последняя роль задана тематически: дать возможность <i>понять</i>, а не просто <i>проинформировать</i>).</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

На основании проведенного анализа, в основу которого был положен метод абдукции с последующей верификацией результатов, можно констатировать относительно обширный набор ролей, как у адресанта, так и у адресата. Соответственно, обширен набор вариантов их взаимодействия. Важно то, что все роли — *парные*, и то, что адресант не конфронтирует с аудиторией, не противостоит ей, не оказывается в стороне от нее (по крайней мере, адресант не противопоставляет себя аудитории или аудиторию себе): везде мы наблюдаем кортежное единство, которое к тому же постоянно развивается и даже расширяется.

Если мы посмотрим на то кортежное содержание, которое можно было бы назвать *обрамляющим, рамочным* (первый и последний примеры таблицы), то увидим, что в начале общения с аудиторией актуализируется кортеж «лектор/профессор/эксперт — его целевая аудитория», и в конце актуализирован тот же самый тип кортежа. Правда, и первая позиция («лектор»), и вторая («аудитория») оказываются несколько более объемными за счет актуализации дополнительных ролевых нюансов: лектор становится оптимистичным романтиком, аудитория «впускает» новых, причем равноправных, слушателей.

Другие виды кортежного содержания, представленные в табл. 7, являются *самозначимыми, комментирующими и взаимообуславливающими*; они не имеют внутренней иерархии, выстроены на одном уровне.

Как видим, актуализированный *линейный срез содержания* (ибо роли в таблице поданы с учетом линии их развития) лишен монотонности: в линии равномерно проявляется каждая из названных выше ролевых пар, причем все они оказываются обрамленными ключевым отношением «профессор/лектор — аудитория», что говорит о гармоничности линейного развития кортежного содержания, его логической выверенности.

Информативен для нас в данном контексте *жанровый инструментарий* издания (*системное* развитие кортежной информации). В тексте соприкасаются, организуя единый синтезированный жанр, такие операциональные в данном случае жанры, как *лекция, информационно-аналитическая статья, экспертный материал, культурологический (исторический) материал, литературный обзор, цитация, иллюстрация*. Иначе говоря, каждый их этих жанров не является самостоятельным, но сопричастным, помогающим расширить взаимодействие «адресант-адресат».

Рассмотрим на эти сопричастные жанры подробнее: некоторые из них относятся к *активным жанрам* (использование авторских материалов — цитация, лекция); другие — к *пассивным* (информационно-аналитическая статья, экспертный материал); третьи — к *сопутствующим* (литературный обзор, культурологический (исторический) материал, литографическое изображение главного героя, репродукция картины). Некоторые из этих жанров являются *открытыми* — приглашающими читателя к сотрудничеству, размышлению, поиску новой информации, работе с источниками (например, литературный обзор, цитация); другие — *полуоткрытыми*, предлагающими принять информацию как некую данность, аксиому и на ней строить свое отношение (например, информационно-аналитическая статья, культурологический (исторический) материал); третьи — *закрытыми*, не только декларирующими факты, но и выстраивающими отношения

(например, лекция, экспертный материал). Логичнее, казалось бы, искать элементы сходства этого воскресного материала со статьей (пусть и научной), чем с лекцией, ведь это в любом случае — не научная статья, в ней отсутствуют процессуальные характеристики исследования, хотя есть и выводы. Т.е. при всей вариативности своей жанровой организации данный материал в большей степени соподчинен жанру «лекция».

Комментируя далее позицию *открытость/закрытость* и соотнося выводы по организации *системного, иерархического и линейного* срезов кортежного содержания, можно утверждать, что данное общение в целом *закрыто*: роли, приписываемые аудитории, предполагают, что она работает, декодирует и размышляет (что, в принципе, относится к активным видам деятельности), но все эти позиции соподчинены ролям, которые берет на себя адресант. Жанровая палитра также разнообразна, но ведущий жанр *лекции* «абсорбирует» все остальные выявленные жанры, подчиняя их себе и своим законам, но общение в жанре «лекция», остается при этом вариативным, немонотонным, развивающимся, эмоционально нарастающим, управляемым, соподчиненным.

Описывая жанровый инструментарий статьи, следует прокомментировать невербальное речевое поведение: шрифт, организацию заголовочных комплексов и выносок, организацию лида, стилистическое разнообразие материала:

- шрифт: используются два его типа, один — для заголовков и выносок, причем название статьи выполнено жирно, всеми прописными, два подзаголовка и одна выноска — им же, но обычным, без смещения; второй, основной для издания, — для самой статьи (обычный, в некоторых местах выделение курсивом, в частности, названия книг, цитации на латыни, ключевые слова (*понимать — информировать*)), аннотации (полужирным), второй выноски (полужирным). Таким образом, шрифт расставляет акценты, выделяет интертекстуальность,

интерсубъектность, то есть, в конечном счете, способствует расширению кортежа;

- заголовочные комплексы: статья имеет один общий заголовок — «Антиквар свободы» — и два подзаголовка, по сути, комментирующие основное название: (1) «Клод-Николя Фабри де Пейреск — эрудит, космополит семнадцатого века, предшественник эпохи Просвещения», (2) «Интеллектуал, несправедливо забытый, который черпал силы для сопротивления тирании в богатом наследии прошлого». Таким образом, заголовочные комплексы определяют ядро и периферию содержательного пространства статьи, номинируют темы и подтемы, то есть актуализируют ключевые позиции жанра «лекция» (в данном случае функция которого задавать темы, развивать их, давать их источники, задавать структуру и линию повествования);

- выноски: их две, одна из них помещена в середине материала и воспроизводит одно из общих описаний деятельности главного героя, имеет характерную «воздушную» рамку, но необычно широкую, что говорит о явном желании адресанта акцентировать внимание адресата на содержании данной выноски; вторая выноска графически выделена контрастной полурамкой и, имея внешнее оформление выноски, содержательно является словарной статьей, описывающей главного тематического субъекта, что говорит о расширении поля текстовых реминисценций (интертекстуальности). Таким образом, выноски комментируют заголовочные комплексы, интерпретируя номинируемые темы, графически «повторяя» журнальную верстку, а также актуализируют роль автора как лектора, для которого важно оптимально организовать предметное содержание лекции;

- вместо привычного лида (зачина) данная статья имеет аннотацию. Нужно отметить, что отсутствие традиционного лида в качественной элитарной периодике — характерная черта подобных изданий (исключение составляют лишь информационные заметки).

Анализ аннотации с позиций речеповеденческой характеристики выявляет, констатирует факт расширения кортежа за счет институционального субъекта (в данном случае, газеты) — как если бы приглашенного профессора представлял студентам декан или проректор по науке.

*Стилистическая вариативность* также значима для нас в контексте анализа, ибо, благодаря этому маркеру, мы можем отметить, что общение «адресант-адресат» линейно монотонно, но вариативно (смена ролей). Так в тексте актуализированы такие регистры, как

- язык научной сферы (актуализация с помощью метаязыка предмета, объекта исследования, методологии, выводов и т.д.),
- язык специализированной статьи (обилие комплексной лексики, специальной терминологии из области философии, социологии, теософии, культурологи, эзотерики),
- язык обзорной статьи (адресант активно презентует и ссылается на различные дополнительные источники знания).

При всем разнообразии жанров следует отметить гармоничность их совмещения. Текст «ровен»: автор не использует случайных, диссонирующих с общей стилевой канвой регистров. Представленный стилистический набор говорит также о том, что автор — эрудит, эксперт, энциклопедист, а это означает, что перед ним должен быть читатель, который может это оценить, понять, принять (то есть тот, кто готов учиться, постигать новое, видеть это новое).

Как видим, перед нами жанр, синтезированный из сопричастных элементов многих операциональных жанров «лекция», «информационно-аналитическая статья», «экспертный материал», «культурологический (исторический) материал», «литературный обзор», «цитация», «иллюстрация». При этом операциональный жанр «лекция» явился здесь ключевым. Он по своему предназначению призван быть «открыто-закрытым»: он расставляет акценты, дает дефиниции, локализует

материал в определенное время и пространство, авторитетно оценивает его (характеристики открытого жанра), и, в то же время, он вовлекает аудиторию, делая ее одним из создателей смыслового пространства жанра (что несет в себе черты открытого жанра).

Рассмотрим еще один параметр содержания — структурный, репрезентированный дискурс-категорией «формат», который очень близок системному. Более того, он может оперировать одной и той же терминологией, как, например, жанр «лекция» и формат «лекция». Жанр вписан в формат, а формат в жанр. Поиск системности формата выводит нас в жанр. Поиск структуры жанра выводит нас в формат. Как было отмечено в разделе II.4 данного исследования, *формат* — это медийная логика развития содержания, однако здесь это и логика «лекционного общения». Осознанно или неосознанно, адресант выбирает формат «лекции», не регламентируя аудиторию в выборе места и времени. Автор оставляет лишь пространство идей (гуманитарного, философского, теологического блоков), географическое пространство (Франция, Италия, Древняя Греция), интересубъектное пространство (ученые, философы, художники, политики, служители церкви).

В анализируемом материале ярко и специфично актуализирована Д-К. «время» (*первое время* — это время для реального чтения газеты, оно «тормозится» заголовками, иллюстрациями, регулирует чтение с разной степенью погружения в текст, а *второе время* — исторически отдаленное — неожиданно оказывается в позиции «здесь» и «сейчас», либо, наоборот, читатель совершает путешествие в прошлое, оставаясь «здесь» лишь в каком-то смысле, переходя в «тогда» и «там»). В любом случае время и пространство синхронизированы.

Добавим, что статья помещена на титульном листе издания и занимает значимое место в его структуре (2/3 страницы). Материал организован в 9 узких колонок, что говорит о том, что читателю предложен режим быстрого чтения, свойственный любому другому

печатному изданию. Но так как здесь в самом центре текстового пространства помещены литографическое изображение главного героя и цветная репродукция картины Рубенса, то читателю таким образом предоставлено не только пространство для чтения сверху вниз, но и возможность образного восприятия — клипового, иллюстрирующего вербализированную информацию.

\*\*\*

В результате проведенного анализа реконструировано субъект-ориентированное содержание текста, репрезентированное в статье Марко Фумароли «Антиквар свободы» (*L'Antiquario della libertà*) воскресного приложения «Domenica» к газетному изданию «Il Sole 24 Ore» за 18 марта 2001 года. Мы и увидели, что кортежное содержание данной статьи организовано по всем четырем позициям: *линейной, иерархической, структурной и системной*.

Проанализировав *актуальный план содержания* (иерархическая и линейная позиции), мы достаточно четко выявили наличие такой ролевой организации кортежного содержания как: «лектор/ профессор/ эксперт (адресант) — аудитория (адресат), получающая новую, эксклюзивную, ценную информацию, которой можно доверять, так как перед аудиторией профессор/эксперт/лектор. Это взаимодействие не монотонно, в него естественным образом вкрапляются нотки доверительности (свидетельствование), сомнения (коллеги), наставления (режиссер/ создатель/ кумир). И это делает текст эксклюзивным, созданным именно здесь и именно для данной аудитории. Эта эксклюзивность общения присутствует в *дискурс-картине кортежного взаимодействия* анализируемого нами материала. Мы ее реконструируем, знакомясь последовательно (линейно) с текстом автора, фиксируя внимание на линейности. По линии, в свою очередь, мы верифицируем иерархию.

Субъект-ориентированное содержание текста данной статьи — это исключительно серьезное внимание издания к адресанту, аннотирование его статусных характеристик, опыта, ролей и далее последовательное, синхронное (парная организация ролей), выверенное взаимодействие между адресантом и адресатом с постепенным расширением адресата. Распределение ролей адресата зависит от адресанта и в целом программируется как зависимое (выбора нет). Однако сами роли требуют настолько серьезной работы, что без активного отношения адресата невозможно общение с адресантом. От адресата очень многое ожидается: и знание предмета и кортежа, и интерес к истории и историческим субъектам, и дальнейшая работа над совершенствованием, развитием своих знаний. Само же взаимодействие «адресант-адресат» предполагает многогранность и гармонию взаимодействия. Адресант не противостоит и не противопоставляет себя аудитории, не сторонится ее. Мы констатируем кортежное единство, которое постоянно развивается и расширяется, все роли адресант-адресат парные. Кортеж «лектор/профессор/эксперт — его целевая аудитория» является рамочным: он актуализирован и в начале, и в конце общения с аудиторией. Позиция «лектор» и позиция «аудитория» становятся постепенно все более объемными за счет актуализации дополнительных ролевых нюансов: лектор превращается в коллегу, режиссера, аналитика, а аудитория, в свою очередь, «впускает» новых, причем равноправных, слушателей. Именно таким образом другие виды кортежного содержания идентифицируются, обретают характеристики самозначимости, определяются нами как комментирующие и взаимно обуславливающие.

Анализ *потенциального плана содержания* (структурная и системная позиции) дает нам возможность увидеть, какая латентная информация кортежного содержания может быть реконструирована из таких Д-К., как «жанр» и «формат».

Анализ *невербального речевого поведения* углубляет понимание системного параметра субъект-ориентированного содержания текста статьи. Так, *шрифт* способствует расширению кортежа, расставляя акценты, выделяя интертекстуальность, интересубъектность; *заголовочные комплексы* актуализируют ключевые позиции ведущего жанра «лекции», определяя ядро и периферию содержательного пространства статьи; *выноски* актуализируют роль автора, как лектора, для которого важно оптимально организовать предметное содержание лекции; традиционный лид (зачин) заменен на *аннотацию* — таким образом, кортеж расширяется за счет институционального субъекта (здесь: газеты).

#### **IV.2. Анализ кортежного содержания рубрики «Изучение отдельного случая» журнала «Harvard Business Review»**

На страницах рассматриваемой нами рубрики происходит общение следующих субъектов взаимодействия: с одной стороны, это журналист и экспертная группа, а с другой — целевая аудитория журнала — международный менеджмент. При этом взаимодействие между адресантом и адресатом репрезентировано (1) коллегиальным и (2) дидактическим видами общения.

Результат внимательного прочтения рубрики в целом, знакомства с ее знаковым рядом, реконструкции ролей автора и ролей, отводимых аудитории, представлен в табл. 8: слова в левом столбце, оказавшееся актуальными и особо значимыми для реконструкции того или иного наполнения коммуникативного содержания, были нами подчеркнуты.

**Реконструкция ролей адресанта и адресата, репрезентированных  
в тексте рубрики «Изучение отдельного случая» американского  
делового журнального издания «Harvard Business Review»**

ЗНАКОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КОРТЕЖНОГО СОДЕРЖАНИЯ (с учетом линии ее развития)	КОРТЕЖНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОДЕРЖАНИЯ И КОММЕНТАРИЙ	
	роли адресанта	роли адресата (целевой аудитории текста рубрики (издания))
1	2	
«Брошенный на склоне горы» автор Джулия Кирби»	<i>Кортеж:</i> рассказчик — читатель/аудитория (издание номинирует название содержательного блока и его автора)	
««Отдельные случаи», репрезентированные HBR <u>вымышлены</u> и представляют наиболее распространенные проблемы, с которыми сталкивается управленческий персонал компаний, а также содержат практические советы группы экспертов по выходу из затруднительного/кризисного положения.»	<i>Кортеж:</i> профессиональный рассказчик, досконально знающий «правила игры» в издательском бизнесе — уважаемая профессиональная аудитория (издание корректно относится к своему читателю, упреждает возможные моменты недопонимания, сомнения)	
«Джулия Кирби является <u>старшим редактором HBR</u> , с ней <u>можно связаться по адресу электронной почты...</u> »	<i>Кортеж:</i> равный по статусным характеристикам рассказчик — потенциальный профессиональный собеседник/эксперт/аналитик (издание акцентирует внимание на статусной характеристике одного из своих авторов и косвенно призывает аудиторию продолжить общение напрямую с ним, открывая таким образом общение)	
« <u>Как быть Эдду?</u> — <u>Четыре эксперта</u> дают практические <u>советы</u> , уже со страницы 22.»	<i>Кортеж:</i> интригующий рассказчик — заинтересованная аудитория (рассказчик расширяет кортеж за счет введения в него аналитиков, новой составляющей группы адресанта)	
«Эд Дэвидсон прилетает в <u>Давос</u> . Здесь он узнает, что его прямой <u>начальник не называет его своим преемником</u> ».	<i>Кортеж:</i> интригующий рассказчик — увлекаемая целевая аудитория (рассказчик умело выстраивает сюжет, увлекая читателя, не давая ему возможности отвлечься)	
«Эд знает о <u>неприятном обстоятельстве</u> (nasty	<i>Кортеж:</i> рассказчик — внимающая	

<p>secret), которое <u>может уничтожить</u> безупречную репутацию своего шефа. <u>Должен ли он воспользоваться</u> этим для того, чтобы спасти свою собственную карьеру?»</p>	<p>думающая аудитория (адресант не предлагает готовых выводов, давая возможность аудитории самостоятельно заняться анализом ситуации)</p>
<p>«Несколько часов спустя, почувствовав, что голоден, Эд быстро <u>побрислся, переоделся</u> к ужину и <u>направился</u> в зал заседаний, где полным ходом <u>шел прием</u> по случаю инаугурации конгресса.»</p> <p>.....</p> <p>«Эд услышал голоса и посмотрел вправо. Рядом прошла группа смеющихся людей, голограммы их беджей переливались в свете фонарей. Эд уткнулся в поднятый воротник своего кашемирового пальто, влажного от теплого дыхания. Как долго он уже здесь стоит?»</p>	<p><i>Кортеж:</i> скрупулезный рассказчик — аудитория, внимательно посвящаемая во все детали, «видящая» происходящее (автор детально драматизирует событие, воспроизводя реальность)</p>
<p>«Черт возьми! Эд Девидсон, какие люди!»</p> <p>.....</p> <p>«Он должен был. Но в последний момент застрял на каких-то переговорах.»</p>	<p><i>Кортеж:</i> режиссер — зритель (адресант живо драматизирует ситуацию, насыщая ее живыми диалогами вымышленных героев)</p>
<p>«<u>Большинство</u> людей испытывают на прочность своих супругов, отцов, матерей, продвигаясь вверх по карьерной лестнице.»</p> <p>.....</p> <p>«Совершают ошибки <u>многие</u>, но им удается, <u>тем не менее</u>, добиваться успеха.»</p>	<p><i>Кортеж:</i> эксперт/аналитик — внимающая аудитория (эксперт косвенно обращается к аудитории, предоставляя обобщенные данные-тезисы)</p>
<p>«<u>Если хорошо проанализировать</u> детство Эда, <u>то смею предположить</u>, что у него были прекрасные отношения с обожающей его матерью и, напротив, проблемы в отношениях с отцом — Эд был либо сиротой, либо его отец был для него не досягаем.»</p>	<p><i>Кортеж:</i> аналитик — думающая аудитория (аналитик «в живую» рассуждает, осторожно оценивает и делает выводы)</p>
<p>«<u>Если</u> Эд <u>собирается когда-нибудь</u> стать великим лидером, <u>ему следует</u> ослабить влияние на себя чужого мнения.»</p>	<p><i>Кортеж:</i> эксперт-советчик — заинтересованная аудитория (эксперт программирует развязку проблемной ситуации и по ходу дает совет)</p>
<p>«<u>Именно поэтому, полагаю</u>, у начальников есть личные тренеры по фитнесу, а не психиатры.»</p>	<p><i>Кортеж:</i> эксперт/аналитик — внимающая аудитория (эксперт корректно делает выводы)</p>
<p>«<u>Кеннет Эйзольд</u>, психоаналитик и консультант по управлению организациями и учреждениями. Он преподает в институте «Уильям Алансон Уайт» в Нью-Йорке, является президентом Международного общества психоаналитических исследований организаций и учреждений. <u>С ним можно связаться</u> по адресу электронной почты...»</p>	<p><i>Кортеж:</i> открытый ответственный эксперт — уважаемая подготовленная к общению аудитория (адресант определяет свои статусные характеристики, подтверждает свою высокую профессиональную позицию, открыт к дальнейшему диалогу с аудиторией)</p>

<p>«Эд <u>не проходит мой тест</u> на соответствие профессиональным требованиям к должности управляющего деловой структурой <u>по двум причинам</u>. Во-первых, он — в слабой позиции и по отношению к ситуации, и по отношению к себе. <u>Но гораздо более важным</u> в данной связи является тот факт, что Эд «проваливает» этический тест.»</p>	<p><i>Кортеж:</i> эксперт-практик — анализирующая аудитория (адресант последовательно тестирует субъекта проблемного случая, аргументировано делает выводы)</p>
<p>«Эду <u>нужно позвонить</u> Патерно по внутренней связи и <u>постараться наладить</u> отношения, а также <u>продумать</u> запасной вариант, в случае если его попросят уйти с поста или он почувствует, что его будущее в этой компании очень зыбко»</p>	<p><i>Кортеж:</i> эксперт-советчик-шахматист — внимательная ко всем деталям аудитория (эксперт тщательно разбирается в ситуации, предоставляя возможность аудитории ориентироваться и выбирать)</p>
<p>«Патерно, <u>скорее всего</u>, будет говорить исключительно «правильные слова», <u>но это не должно</u> ввести Эда в заблуждение.»</p>	<p><i>Кортеж:</i> аналитик — внимательная ко всем деталям аудитория (адресант расширяет предмет разговора и дает совет)</p>
<p>«Управленцы <u>должны</u> проецировать ситуации на себя, и Эду <u>необходимо</u> хорошо поразмыслить, прежде чем он взойдет на трибуну.»</p>	<p><i>Кортеж:</i> эксперт — внимательная ко всем деталям аудитория (адресант обобщает и вписывает аудиторию в ПСО, по ходу направляет аудиторию по логической цепочке своего размышления)</p>
<p>«В <u>хороших</u> компаниях <u>стараяются</u> создать культуру взаимовыручки для своих работников. И <u>вместо</u> активных профессиональных тренингов <u>мы советуем</u> главам компаний <u>поискать грамотных</u> психоаналитиков»</p>	<p><i>Кортеж:</i> эксперт — слушатель специализированного курса (эксперт обобщает, оценивает, жестко советует)</p>
<p>«Если <u>Ед</u> хочет остаться, ему <u>не следует</u> спасать свою карьеру методами сомнительного характера. Ему <u>нужно</u> представить доклад в его изначальном варианте, вернуться домой и сконцентрироваться на выполнении своих функций наилучшим образом.»</p>	<p><i>Кортеж:</i> эксперт-аналитик — внимающая аудитория (адресант размышляет и программирует алгоритм действий для вымышленного субъекта)</p>
<p>«Означает ли это, что карьера Эда в Карстон Уайт закончена?»</p>	<p><i>Кортеж:</i> аналитик — активная аудитория (адресант интригует аудиторию, втягивая ее в интерактивный диалог-размышление)</p>
<p>«<u>Ошибка</u> Эда в данной ситуации заключается в том, что он «играет в политику».</p>	<p><i>Кортеж:</i> уверенный в себе эксперт — внимающая аудитория (адресант оценивает предмет разговора, программируя отношение аудитории к нему)</p>

Анализ того, какие роли берет на себя автор(ы) данной рубрики, и какие роли отводятся аудитории показывает, что набор ролей и у адресанта, и у адресата обширен, но данное разнообразие достигается только за счет углубления этих ролей: адресант — это, во-первых, рассказчик и далее, рассказчик-режиссер; во-вторых, адресант — это и эксперт, и эксперт-аналитик, и эксперт-советчик. адресат, в свою очередь — это, прежде всего, равноправная внимающая профессиональная аудитория, становящаяся то интерактивной, готовой к диалогу, то пассивно слушающей и размышляющей.

В этой связи важной становится реконструкция отношений между адресантом и адресатом данной рубрики, а они (отношения)

- (а) являются доверительными (автор в роли рассказчика представляет «реальную» историю вымышленного героя с высоким уровнем детализации сюжета),
- (б) автор интригует читателя (сможет ли читатель разобраться во всех нюансах представленной проблемной ситуации, специфике человеческих взаимоотношений — равно как и в их истории).

Многомерность, многоплановость актуализируемых взаимоотношений создает интригу, «затягивает читателя», но не манипулирует им. Автор не «разжевывает», не предлагает готовых выводов, не настраивает на некий конкретный результат, предоставляя читателю полную свободу.

Согласно существующей шкале реализации типов общения, данный вид можно в целом назвать *закрытым*. Открыто оно только для целевой аудитории издания (и им подобным), но, соответственно, закрыто для всех остальных. В рамках такого типа общения роли и сами участники всех названных выше ситуаций общения predeterminedены и не могут быть выбраны произвольно. Общение, в том числе, информативно-аналитического типа (информирование — рассказ в первой части) является в целом демократичным (общение со своей закрытой

аудиторией идет на равных) и профессиональным (от аудитории ожидается знание предмета, а, следовательно, владение специальной лексикой по самым разным направлениям: юриспруденция, финансы, психоаналитика). Более того, общение запрограммировано на актуализацию общих ценностей (профессионализм, корпоративная этика, внутренний рост за счет кропотливой интеллектуальной работы и т.п.).

Если посмотреть на линейное развитие отношений между адресантом и адресатом, то можно сказать, что последние постепенно погружаются в ситуацию, следуя внутренней логике развития (1) сюжета первой подрубрики (от завязки истории к ее интриге) и (2) экспертного обсуждения (от частного к общему) во второй подрубрике. Отношения между адресантом и адресатом стабильны и в принципе одноплановы.

Участники общения репрезентированы таким образом, что читатель сразу видит себя — в прямом и переносном смыслах этого слова:

- вначале он ассоциирует себя с главным героем представленного отдельного случая для исследования;
- затем он — один из зрителей и возможных участников (благодаря адресам электронной почты каждого из экспертов, помещенным рядом со статьями) экспертного обсуждения.

Следует отметить значимое отсутствие слов и синтаксических формул, диссонирующих с основной стилистической направленностью издания: их употребление привело бы к ситуации языкового дискомфорта.

Адресант и адресат — *состоявшийся кортеж*. Все субъекты, фигурирующие в данной рубрике, кортежно маркированы — и это равные уровни кортежа. Иерархически, социально они находятся достаточно высоко (с учетом предопределенности и ролевой заданности как самого издания, так и субъектов целевой аудитории). Регистр их общения следующий: язык делового общения, язык научно-

исследовательской сферы). Можно предположить, таким образом, что они являются членами одной *дискурсной общности*.

Как видим, коммуникативное содержание журнала актуализирует единство всех субъектов общения. И можно уверенно сказать, что это единство самозначимо: без него немислимо создание журнала, который сам по себе репрезентирует это единство, конституирует его.

*Формат* проанализированной рубрики таков: 9 страниц текста с иллюстрациями, из них 4,5 страницы одной подрубрики и 4,5 страницы второй. Т.е. знакомство с реальной ситуацией занимает ровно половину времени читателя, остальное — изучение того, как формулируют и анализируют проблему эксперты: психоаналитики, специалисты по корпоративному управлению и бизнес-планированию. Можно допустить, что, читая первую подрубрику, читатель может поставить себя на место героя художественного произведения. Но в данном случае читатель не просто видит себя в этой ситуации: ему дается возможность оценить ее и себя в ней со стороны, узнать, как оценивают его специалисты в области психологии, психиатрии, экономики. При этом читатель и сам может стать таким экспертом, отделив себя от героя.

Исследуемая нами рубрика помещена в самом начале издания: она его открывает, ей предоставляется *лучшее* место. Таким образом, временная и пространственная составляющие общения максимально насыщены информацией и несут в себе значимость (речь идет о кортежной значимости).

*Жанровый инструментарий* издания представлен следующим образом: перед нами (1) «художественный текст», но специфичный, *открытый*. Он раскрывает некоторую проблемную ситуацию, в которой принимает участие некий герой. Кажется, что читатель не может «ворваться» в это, на первый взгляд, закрытое содержательное пространство (каковым, собственно, и является любой художественный текст) — ведь он не может повлиять на жизнь героя, да и акценты все

расставлены. Действительно, изначально текст мог бы показаться закрытым. Однако его назначение в исследуемом нами журнальном издании — стать поводом для рождения других текстов. Это как бы кусочек реальной действительности, но типизированной, осмысленной. В то же время это как бы факт реальности.

Жанровая характеристика художественного текста актуализирует кортежное значение (понятно, что речь идет о содержании кортежа). Жанр художественного текста всегда одновременно и *закрит* (событийной информацией, отношениями, оценками, набором героев, ситуаций и т.д. и т.п.), и *открыт* благодаря возможности воспроизводить реальность во всем ее противоречии и многообразии. Художественный текст всегда эксклюзивен, точечен, это всегда — отдельный случай. Но даже в такой ситуации он притягивает читателя возможностью «спроецировать» себя в этот текст. «Наш» художественный текст в большей степени *открыт*, чем *закрит*, ибо он попадает в сферу других взаимоотношений: «художественный текст — экспертный текст — реальность» или «автор художественного текста — автор экспертного текста — читатель».

Художественный текст при этом сам по себе ничего не значит — значима лишь его связь со всеми другими текстами, представленными в жанрах: (2) «экспертного мнения» (здесь специалисты выявляют наиболее актуальную для читателя проблему и актуализируют ее), (3) «журналистского обзора экспертного мнения». И тогда уже «мнения» оказываются журналистским поводом — и далее, все эти тексты вместе (художественный текст, экспертное мнение и журналистский обзор) становятся основой рубрики, строящей для читателя мост между виртуальным и реальным.

Опережая выводы по сопоставлению референтного и кортежного видов содержания, то есть *дискурс-картины мира* и *дискурс-картины кортежного взаимодействия*, можно уже сказать, что жанры рубрики

отображают и отношение к предмет-ориентированной информации, и единение ее с субъект-ориентированной. Речевое поведение активно в рамках субъектов номинации и активно в рамках отношения к миру.

\*\*\*

В результате проведенного анализа реконструировано субъект-ориентированное содержание текста, репрезентированное в подрубрике «HBR исследование отдельного случая» под названием «Брошенный на склоне горы» и подрубрике «HBR исследовательский комментарий отдельному случаю» под названием «Что делать Эду?», объединенные в рубрику «Исследование отдельного случая HBR» из январского выпуска издания за 2004 год. Мы увидели следующее: кортежное содержание проанализированной рубрики организовано по четырем позициям: *линейной, иерархической, структурной, системной*. Каждая позиция взаимно дополняет и верифицирует другие.

1. Проанализировав *актуальный план содержания* (иерархическую и линейную позиции), мы выявили наличие таких типов взаимодействия, как «рассказчик (адресант) — аудитория (адресат), получающая пищу/задачу для осмысления/анализа» и «эксперт (адресант) — аудитория (адресат), получающая эксклюзивную информацию, точечную консультацию»: перед аудиторией группа экспертов, что помогает детально, на высоком профессиональном уровне не только определить проблему, но и осмыслить ее, проанализировать, сделать выводы. Данные типы взаимодействие динамичны, что достигается за счет умело выстроенного сюжета художественного текста (в первой подрубрике) и оптимально представленной экспертной, аналитической части (во второй подрубрике), в которую естественным образом вплетены и нотки доверительности (свидетельствование), и уверенности (эксперт), и наставления (профессионал-консультант). И это делает текст эксклюзивным, созданным именно здесь и именно для данной аудитории.

Эта эксклюзивность общения присутствует в общем субъект-ориентированном содержании текста анализируемого нами материала всей рубрики. Мы ее реконструируем, знакомясь последовательно (линейно) с текстом автора художественного текста, а затем и с текстами экспертной группы, фиксируя внимание на линейности. Из линии, в свою очередь, мы реконструируем иерархию.

2. Анализ *потенциального содержания* (структурной и системной позиций) дает нам возможность увидеть, какая потенциальная информация короткого содержания может быть реконструирована из таких Д-К., как «жанр» и «формат». Здесь *системная* составляющая многогранна и объемна, что достигается за счет наличия в рамках рубрики нескольких самостоятельных сложных жанров. Так, подрубрика «НВР исследование отдельного случая» под названием «Брошенный на склоне горы» репрезентирована в жанре «художественного текста», что создает эффект реальности — непосредственного настоящего, переживаемого и значимого сегодня. Но художественный текст при этом сам по себе ничего не значит — значима лишь его связь со всеми другими текстами, представленными во второй подрубрике «НВР исследовательский комментарий отдельному случаю» под названием «Что делать Эду?», репрезентированной в жанрах «экспертного мнения» и «журналистского обзора экспертного мнения», где «мнения» становятся в свою очередь журналистским поводом. И далее, все эти тексты вместе (художественный текст, экспертное мнение и журналистский обзор) являются основой рубрики, строящей для читателя мост между виртуальным и реальным.

Выбранный *формат* проанализированной рубрики может быть определен как «формат круглого стола». Условно 4,5 страницы одной подрубрики можно назвать «докладом», а 4,5 страницы второй подрубрики — его обсуждением. Иными словами, знакомство с реальной ситуацией занимает ровно половину времени читателя, остальное —

изучение того, как формулируют и анализируют проблему эксперты: психоаналитики, специалисты по корпоративному управлению и бизнес-планированию. Причем виртуальное экспертное обсуждение может быть воспринято читателем и как целевая консультация, где ему [читателю], тем не менее, предоставлена возможность высказывать свое мнение.

*Субъект-ориентированное содержание* текста исследуемой нами рубрики настраивает читателя на серьезный, деловой лад. При этом издание уважительно относится к читателю, «знает его в лицо», не забывает о его социальном статусе. Речевое поведение всего информационно-аналитического блока — это речевое поведение экспертного, реального текста, что дает всему информационно-аналитическому блоку возможность быть гармоничным в субъект-ориентированном содержании издания в целом. Именно этот блок («исследование отдельного случая») выбран в качестве иницилирующего последующие материалы всего издания.

3. Анализ субъект-ориентированного содержания в рамках исследуемой нами рубрики издания позволяет говорить о наличии только непосредственного кортежа: адресант (журнал в лице журналиста и группы экспертов) и адресат (целевая аудитория издания).

Адресант — это группа адресанта издания, адресат — это группа адресата. Адресант — это и журнал, и журналист, и экспертная группа. Это единомышленники, это те, для кого формирование информационного пространства издания значимо в равной мере: у них единые ценности (например, проявление высокого уровня профессионализма, неременное желание всех участников разговора интеллектуально развиваться), равные или близкие социальные статусы, высокий и стабильный уровень достатка. Адресат — это целевая аудитория издания, его непосредственные читатели (управленческий корпус любой компании в любой точке земного шара).

### **IV.3. Анализ кортежного содержания отдельного номера/ выпуска журнального издания «The Lion»**

Анализ субъект-ориентированного содержания текстов выпуска клубного журнала «The Lion» так же как и анализ субъект-ориентированного содержания текстов статьи и рубрики предыдущих изданий опирается на базу данных, представленную в таблицах. Но объем последних оказался столь значительным, что мы посчитали ненужным их включение в основной текст диссертации. Специфику исследовательской «кухни» мы уже продемонстрировали на первых 2-х случаях, а здесь приведем лишь некоторые из иллюстраций, характеризующие особенности организации субъект-ориентированного содержания текста выпуска журнального издания «The Lion».

Анализ репрезентированной в рамках исследуемого нами издания субъект-ориентированного содержания позволяет говорить о наличии непосредственного кортежа: адресант — журнал «The Lion», Президент Lion's Club International и журналисты, и адресат — члены клуба Lion, а также опосредованного кортежа — целевая группа проектов, волонтеры, неправительственные организации.

Адресант может включать в себя как группу адресанта, так и группу адресата: в процессе развертывания общения непосредственные его участники, члены клуба превращаются из адресата в адресанта, подключаются все активнее (обильная цитация), преподнося читателю предмет информации субъективировано. Они не только говорят, но и подтверждают, свидетельствуют, и их присутствие в каждом материале — гарантия того, что эта информация точна. Адресант и адресат — это единое целое, это семья, это единомышленники, это те, кто выполняют вместе то, что считают важным и значимым. У них единые ценности (например, стремление помочь, поддержать тех, кто нуждается), равные или близкие социальные статусы, высокий и стабильный уровень достатка (поэтому они могут помогать).

В то же время члены клуба, хотя и держатся вместе, все же не отделяют себя от остального мира. Они заботятся о нуждающихся, и, таким образом, нуждающиеся (опосредованный через проекты кортеж) также становятся, в определенном смысле, элементом их кортежа (как оппонент входит в кортеж ученого, оппозиция — в кортеж политика и т.д.): 2/3 фотографий, помещенных в издании, представляют членов клуба в процессе реализации благотворительных программ вместе с членами целевой группы этих проектов. В этом смысле в кортеж входят и те, кто участвует/способствует непосредственной реализации проекта (исполнители, в том числе, волонтеры и неправительственные организации мирового уровня): отражение этого мы находим, например, в заголовочных комплексах (День Lions в ООН/*Lions Day with the United Nations*, где *Lions Day* и *United Nations* выполнены одинаковым шрифтом и цветом, что говорит о значимой для адресанта ситуации общения с равным и важным партнером, который интересен клубу, нужен ему; тем самым подчеркивается также и высокий статус клуба в мире).

Адресант и адресат — уже в любом случае состоявшийся кортеж. Все субъекты, помещенные в данное издание, кортежно маркированы, но это разные уровни кортежа: непосредственный кортеж (клубное издание, Президент клуба — члены клуба) и опосредованный кортеж (волонтеры, целевая группа проектов, неправительственные организации). *Целевую аудиторию издания* составляют исключительно члены клуба (*дружба, партнерство, ассоциация, Львы, общность*). Иерархически они находятся достаточно высоко (с учетом финансовой масштабности каждого проекта и данных о географии проектов); предпочитают анонимность (нигде нет информации о том, кто же конкретно вносит деньги). Они представляют интеллигенцию (на это указывают, в частности, регистры общения), платят за проекты (к ним обращаются за спонсорством) и ожидают отчета об их реализации (его им и

предоставляет журнал); они те, кто могут и хотят внести деньги на реализацию проектов.

Так как в данном случае мы изучаем макротекст, то уже на этом этапе более обобщенно репрезентируем отношения адресанта и адресата, выявив виды общения между ними, с учетом их значимости (иерархический параметр кортежной информации). На страницах рассматриваемого издания происходит общение следующих субъектов взаимодействия: с одной стороны, это Президент клуба и журналисты, с другой — целевая аудитория журнала (члены клуба Lions). При этом можно выделить четыре основных вида общения: (1) «*дидактический*», (2) «*патриархальный*», (3) «*коллегиальный*», (4) «*призывно-побудительный*». *Иерархически* указанные выше четыре вида общения актуализированы следующим образом:

- (1) коллегиальный;
- (2) призывно-побудительный;
- (3) дидактический и патриархальный типы занимают равное положение

Общение в рамках журнала для членов клуба не самоцель, а естественная часть (благотворительной) деятельности. Они общаются во имя успешной реализации этой деятельности, а точнее, служения.

Согласно существующей шкале реализации видов общения, в журнале «The Lion» все четыре указанных вида организованы в *закрытый тип* общения. Открыто издание только для членов клуба, но, соответственно, закрыто для всех остальных. В рамках такого типа общения статусы/роли и сами участники всех названных выше ситуаций общения predeterminedены и, как правило, не могут выбираться произвольно. Общение, в том числе информативного типа (конкретное информирование — отчет), является в целом демократичным (общение с аудиторией идет на равных) и профессиональным (от аудитории ожидается знание предмета, а, следовательно, владение специальной

лексикой по самым разным направлениям: например, медицина, юриспруденция, финансы). Более того, общение запрограммировано на актуализацию общих ценностей (профессионализм, семейные узы, исполнение долга и т.п.).

Указанные выше четыре актуализированные в издании вида общения появляются в содержательной палитре в следующем порядке: вначале (в первом материале) реализуются «патриархальный» и «коллегиальный» виды общения, затем — «дидактический» и «призывно-побудительный» (второй и третий материалы), далее во всех остальных материалах эксплицитно выражено «коллегиальное» общение и имплицитно представлено «призывно-побудительное». Подобная линия развития актуализированных видов общения позволяет сделать вывод о том, что адресант признает в адресате равноправного собеседника, рассчитывает на участие с его стороны в диалоге, корректно побуждает к активной деятельности.

Роли участников общения репрезентированы таким образом, что читатель сразу видит себя — в прямом и переносном смыслах этого слова:

- вначале он один из *партнеров*, он член *семьи* (*партнеры, семья*);
- затем он один из *одного миллиона четырехсот тысяч «львов»*, «разбросанных» *по всему миру* (worldwide);
- и, наконец, он действует, ибо *чувствует свою потребность и то, что его деятельность ценится*, а также *покаялся действовать* в этом направлении, *осознает значимость волонтерства* и свою *ведущую роль в сфере благотворительности*, понимает *важность объединения*, *оказывает большую помощь*.

Другие субъекты (опосредованный кортеж) в своей номинации представлены иным знаковым полем (фотографии, рисунки), ибо прямого общения с ними не происходит: они — объекты, о которых

информируют, поэтому они — не прямые участники коммуникации. Их лексико-семантическая репрезентация осуществляется таким образом, что становится понятной и оправданной благотворительная деятельность членов клуба. Это такая группа слов, как: *люди в большой нужде, в тяжелой ситуации*, волонтеры— *большое количество групп на уровне общества*. Их присутствие объективировано (четко обозначенным предметом разговора) и лаконично (однозначная номинация, фактологичные/репортажные фотоматериалы), а также профессионально, коллегиально, семейно.

Следует отметить значимое отсутствие слов и синтаксических формул, диссонирующих с основной стилистической направленностью издания: их употребление привело бы к ситуации языкового дискомфорта.

Для оптимизации общения — плодотворного, взаимовыгодного и результативного — участниками группы адресанта выбран **формат** «форума, конференции» (такой формат комфортен и приемлем и для группы адресата). Иначе говоря, субъекты общаются ради общего дела, им необходима исчерпывающая информация о текущей деятельности клуба и его перспективах, а также четкое знание того, как потрачены собранные/пожертвованные средства. В рамках заданного формата общения выделяются ситуации, где общаются:

- (1) Президент клуба с членами клуба;
- (2) журналист с членами клуба;
- (3) члены клуба с членами клуба.

**Жанровый инструментарий** издания представлен следующим образом:

(1) адресант информирует адресата и делает это в форме таких *информационных жанров*, воспроизводящих реалии конкретной закрытой элитарной организации — клуба Lion, как:

a) собственно *информация* (заметки хроникального характера, где реализуются ситуации общения *журналист с членами клуба и члены клуба между собой*);

b) *текстовка* (подпись под фотографиями);

c) *отчет* (о выполнении благотворительного проекта, акции в его рамках — дается полное описание события);

d) *репортаж* (оперативно сообщаящий о проведении членами клуба, волонтерами мероприятия в рамках благотворительного проекта клуба, очевидцем/ участником которого является корреспондент);

e) *портретная зарисовка/профиль* (репрезентация Президента);

f) *письма читателей* (письмо читательницы, становящееся, по сути, иллюстрацией (его дизайн, оформление — лишнее тому подтверждение: письмо оформлено в виде отдельной колонки, на цветном контрастном фоне, под собственной рубрикой «Выступление») к темам «целевая аудитория издания» и «благотворительная деятельность/проекты»).

Такое разнообразие *информационных жанров* позволяет задать разные типы общения издания со своими читателями. Общение направлено на «семью» и ее «деятельность» и не позволяет отвлекаться на проблемы, не имеющие непосредственного к нему отношения. Не уместны для издания также абстрактные выводы, приемлемы лишь конкретные решения, поданные однородным лексическим наполнением. Информационные жанры значимы и первостепенны для журнала (так как этот печатный орган создан именно для информирования): они задают и реализуют тот тип взаимодействия между субъектами непосредственного общения, который делает его осмысленным и перспективным, не оставляющим повода для домысливания.

(2) *Смешанные жанры:*

*репортаж* (информационный) + *аналитическая проблемная статья* (активный жанр — исследование проблемы «Бездомные дети», то есть проблемы определенной социальной группы).

Такой тип взаимодействия позволяет изданию не только реализовать фактологическую картинку, но и наполнить ее деталями: дать читателю возможность получить дополнительную, исчерпывающую информацию, своеобразную пищу для размышления (таким образом, данные жанры задают направление как мышлению читателя, так и, соответственно, его действиям). Можно сказать, что использование данного типа жанров в журнале «The Lion» ориентирует содержание издания на живого человека, а не «аппарат восприятия» или «машины для осмысления», управляя психологическим потенциалом читающих, мобилизует не только мышление (как в случае с информационными жанрами), но и отношения, устремления. Причем в случае журнала «The Lion» смешанные жанры, где присутствуют и информационный, и аналитический элементы, могут выполнять функцию своеобразных персонифицированных мобилизаторов.

(3) *Активные жанры:*

а) *статья-обращение* Президента к членам клуба, выражающая идеологическую и личностную позицию Президента клуба;

б) *цитация*, где актуализируется та идея, что члены клуба являются, по сути, соавторами всех материалов издания, а ответственность за достоверность содержания несут участники общения, но не журналисты (так, в рамках только одной журнальной полосы мы обнаружили 16 случаев прямой речи).

(4) *Жанры-сателлиты:* содержание фотографий, относящихся к проекту и его выполнению, в 2/3 случаев динамическое, лишь в 1/3 — статическое, изображающее членов клуба, волонтеров или целевую аудиторию проекта (их в журнале множество — это тот самый случай, когда количественный фактор определяет и существенно влияет на

качественную сторону издания: фактически, фотография из жанра-сателлита превращается в данном издании в активный жанр — 94 фото (не считая рекламных и портретных на 56 страницах)); вместе с текстовкой многие фотографии образуют своеобразные заголовочные комплексы, где сама фотография есть организующий лид, несущий самостоятельную нагрузку, а текстовка — развитие лида.

Можно говорить о том, что столь объемное (количественно) использование данного жанра создателями издания дает и голове, и сердцу читателя конкретное видение (в прямом и переносном смысле этого слова). А это видение, в свою очередь, служит ориентиром и позволяет выбрать направление развития, поскольку оно связано с ведущими силами организации, ее духовными целями.

(5) *Культурологические материалы*, актуализирующие и ретроспектирующие самосознание членов клуба, приобщающие их (а также потенциальных спонсоров) к культуре клуба, основанной на фактологии, значимости фактов: а) списки-хроники (участников семинара по обучению стратегии лидерства, организованного клубом для своих членов, или адресов офисов UNICEF, где можно приобрести информацию о целевой группе благотворительного проекта) — их можно считать культурологическими материалами, так как, они, по сути, иллюстрируют историю клуба;

б) развлекательная информация, организованная в рубрике «Потехе — час».

Культурологические материалы являются своеобразной средой для воспитания характера организации: их наличие идентифицируется с высоким социальным и этическим статусом самого клуба, выходит за рамки деятельностных/технологических циклов, становится частью «морального кодекса» организации.

(6) *Рекламные материалы*: в контексте данного издания весьма любопытны рекламные блоки, а точнее, их содержание: анализ

рекламных текстов, помещенных в исследуемый нами макротекст, позволяет условно сформировать из них четыре тематических блока:

а) *прямая реклама* акций (*Командный дух — Стиль Льва*), мероприятий (*Благодарные улыбки*), позволяющая активизировать сбор средств для реализации благотворительных проектов;

б) *рекламные объявления* фирм, предложения которых непосредственно входят в сферу интересов благотворительной деятельности клуба и его членов (рекламный блок *«Американской ассоциации финансового консалтинга»* об оказании услуг в сфере экономического образования, в том числе, разработки стратегий проведения эффективной благотворительной деятельности);

с) *коммерческие рекламные объявления* о комфортных вещах (*«Любимая прогулочная обувь Америки»*), информация (где жанр рекламы подан в новостной форме) для коллекционеров (*Коллекционная модель Форда 1925 года T Runabout*), игроков в гольф (*Новости для гольфистов*);

д) *рекламное объявление* самого клуба, информирующее, например, в рассматриваемом нами выпуске о способах защиты от несанкционированного использования логотипа клуба.

(7) *Заголовочные комплексы*: заголовки тематичны (*«Международный президент Огастин Солива»*, *«Спасая бездомных детей»*, *«Львы и реализация программы «Возвращения зрения» открывают мир слепым»...*). Многие стилистически относятся к лозунгам (*«Давайте строить мосты ради лучшего мира»...*). В заголовках используется побудительное наклонение (по отношению к членам клуба, например, *«Протянем руку помощи»...*), процессуальность (*«Указывая дорогу в будущее»...*), фактологический принцип (*«Львы живут по Золотым правилам»...*).

Жанровый инструментарий издания (системная организация общения), таким образом, подтверждает стиль и форму поведения,

принятые в кругу членов клуба, а также актуализирует такой тип общения издания с аудиторией, при котором каждый значим, а взаимодействие субъектов — это общение равных (статус адресанта и адресата одинаково высок).

Редактор(ы) издания как бы «играет» со шрифтом в заголовочных комплексах: нет и двух заголовков, выполненных одним и тем же шрифтом. Даже если шрифт подобен, то он набран другим цветом. В анализируемом нами выпуске в заголовке одного из материалов использован готический шрифт («*Львы живут по Золотым правилам*»), актуализируя, таким образом, идею следования традициям, корни которых глубоко уходят в прошлое. Слова *золото*, *золотой* в данном конкретном материале повторяется: *золото (gold) синонимично образу, Клуб Львов Голдена, Дом престарелых «Добрый пастырь» Голдена* — и дополняются фотоматериалами, усиливая за счет этого содержательную линию материала.

Все жанры реализованы как *закрытое* общение: они не оставляют поля для домысливания — благодаря исчерпывающему информированию. Поведение адресанта по отношению к адресату — активное, информативное, побуждающее к действию.

Жанры журнала отображают и отношение к предмет-ориентированной информации, и единение ее с субъект-ориентированной. Речевое поведение активно в рамках субъектов номинации (цитация) и активно в рамках отношения к миру (репродукция актуальных событий).

*Невербальное знаковое поведение*<sup>1</sup>. Речевое поведение на незнаковом уровне реализует функцию единения, что достигается с помощью размещения на страницах журнала основных элементов символики клуба: логотипа (эмблемы клуба, имеющей 4 разновидности, в

---

<sup>1</sup> Под невербальным знаковым поведением мы понимаем иллюстративный план, в данном случае мы сталкиваемся с использованием иллюстрации, в рамках которого присутствует буква, слово или словосочетание.

силу того, что 1-я — это эмблема всего международного клуба Lions; 2-я сопровождает графические блоки, иллюстрирующие инициативы клуба, направленные на сбор средств (логотип заключен в сферический обод внутри, фраза которого — *деятельность клуба Lions по сбору средств*); 3-я и 4-я, судя по всему, принадлежат отделениям клуба и его лозунгу (*Мы помогаем*). Смысловая структура общей эмблемы клуба (на фоне двуглавого льва, смотрящего на Восток и на Запад, изображена большая буква L, по верхнему краю — слово LIONS (Львы), по нижнему — INTERNATIONAL (международный), ее соотношение с дальнейшими символическими сцеплениями:

- изображением мостов на фоне трех журнальных полос, на которых помещен edito, а также анонсовый материал сразу же за edito;
- земного шара, обрамленного лентой, на которой написано слово SERVICE (служение), в четырех материалах: (а) посвященных проекту клуба, связанному с расширением сотрудничества с (не)правительственными, коммерческими организациями (здесь статья «*День клуба Lions в ООН*»), (б) в статье-отчете о наиболее значимых благотворительных мероприятиях ячеек клуба по всему миру «*Дух Львов в массы*», (в) в рубрике «*Победители международного конкурса плаката...*», организованного клубом для детей и подростков — все это приводит к большей рациональности, ясности общения равных субъектов, которые понимают нечто передаваемое на сокровенном языке символа и невыразимое обычными словами.

Примечателен еще один невербальный знак, имеющий несомненную коммуникативную значимость как для адресанта, так и для адресата: изображение на фотографиях (которых в общей сложности 96 в 56-страничном издании) рук — руки в рукопожатии, в дружеском жесте на плече соратника или единомышленника, обнимающие больного, несчастного, бедствующего и т.п. (таковы все 96 фото, ракурс выбран таким образом, чтобы руки непременно находились в кадре).

Как видим, невербальное знаковое решение издания значимо, понятно всем *непосредственным* участникам общения и является одним из основных коммуникативных элементов субъектной ситуации общения.

\*\*\*

В результате проведенного анализа реконструировано субъект-ориентированное содержание текста, репрезентированное в выпуске англоязычного журнала «The Lion», N 79 (vol.79/no.1) за июль/август (July/August) 1996 года. Мы увидели, что кортежное содержание проанализированного выпуска издания организовано по четырем позициям: *линейной, иерархической, структурной, системной*. Каждая позиция взаимно дополняет и верифицирует другие.

1. Анализ *актуального плана содержания* (иерархическая и линейная позиции), репрезентированного в рамках исследуемого издания, позволяет говорить о наличии двух видов кортежа — непосредственного адресант-адресат кортежа, а также опосредованного кортежа (адресата деятельности непосредственного кортежа), что эксклюзивно для данного типа издания. Адресант включает в себя как группу адресанта, так и группу адресата издания: в процессе развертывания общения непосредственные его участники, члены клуба превращаются из адресата в адресанта, подключаются все активнее (обильная цитация), преподнося читателю предмет информации субъективировано. Адресант и адресат — это единое целое, это семья, это единомышленники, это те, кто выполняют вместе то, что считают важным и значимым. У них единые ценности, равные или близкие социальные статусы, высокий и стабильный уровень достатка.

В то же время адресант и адресат заботятся о нуждающихся, и, таким образом, нуждающиеся также становятся, в определенном смысле, элементом их кортежа. Все субъекты, помещенные в данное издание,

кортежно маркированы, но это разные уровни кортежа: непосредственный кортеж (клубное издание, Президент клуба — члены клуба) и опосредованный кортеж (волонтеры, целевая группа проектов, неправительственные организации).

На страницах рассматриваемого нами издания мы обнаружили четыре основные вида общения: (1) «дидактический»; (2) «патриархальный»; (3) «коллегиальный»; (4) «призывно-побудительный». Иерархически (3) стоит выше всех, далее следует (4), (1) и (2) по значимости занимают самую низкую позицию.

Коммуникативное содержание журнала актуализирует единство всех субъектов общения. И можно со всей уверенностью утверждать, что это единство самозначимо: без него немислимо создание журнала, немислим сам журнал — он репрезентирует это единство, конституирует его.

2. Анализ *линейной* составляющей *дискурс-картины кортежного взаимодействия* издания позволяет говорить о том, что адресант издания признает в своем адресате равноправного собеседника, рассчитывает на участие с его стороны в диалоге, корректно побуждает к активной деятельности. Опосредованный кортеж, в свою очередь, проявляется по всей текстуре издания, словно меланжевая нить одного из основных цветов, равномерно вплетаясь в каждый из материалов издания по всей линии. Группа опосредованного кортежа в своей номинации представлена иным знаковым полем, «разбросанного» по всей содержательной текстуре издания равномерными яркими мазками так, чтобы своей репрезентацией они всякий раз иллюстрировали, подтверждали и оправдывали благотворительную деятельность членов клуба.

3. Анализ *структурного* развития кортежного содержания (потенциальное содержание) позволил нам определить формат «форума, конференции», в котором организовано общения между адресантом и

адресатом. На форуме могут присутствовать и «не аккредитованные», но заинтересованные лица — таковыми в издании являются субъекты из группы опосредованного кортежа.

Все четыре указанных вида общения организованы в *закрытый тип*. Открыто издание только для членов клуба, но, соответственно, закрыто для всех остальных. Общение, в том числе информативного типа (конкретное информирование — отчет), является в целом демократичным (общение с аудиторией идет на равных) и профессиональным (от аудитории ожидается знание предмета, а следовательно, владение специальной лексикой по самым разным направлениям: например, медицина, юриспруденция, финансы). Более того, общение запрограммировано на актуализацию общих ценностей (профессионализм, семейные узы, исполнение долга и т.п.). Анализ *системного* развития кортежного содержания (потенциальное содержание) позволил нам выявить следующий набор жанров, репрезентированных в издании:

(а) информационные, значимые и первостепенные для журнала, задающие тот тип взаимодействия между субъектами непосредственного общения, который делает его осмысленным и перспективным, не оставляющим повода для домысливания;

(б) смешанные жанры, позволяющие реализовать фактологическую картинку и дающие читателю возможность получить дополнительную, исчерпывающую информацию, своеобразную пищу для размышления, то есть содержание издания ориентировано на личность, живого человека, управляя психологическим потенциалом читающих, мобилизуя не только мышление (как в случае с информационными жанрами), но и отношения, устремления; (в) активные жанры, выражающая идеологическую и личностную позицию каждого из членов клуба;

(г) жанры-сателлиты, предоставляющие возможность читателю материального видения деятельности организации, ориентируя его в направлении развития клуба;

(д) культурологические материалы, являющиеся своеобразной средой для воспитания характера организации;

(е) рекламные материалы, являющиеся эксклюзивными с точки зрения их референтного содержания;

(ж) «заголовочные комплексы».

Все представленные жанры закрыты: они не оставляют поля для домысливания — благодаря исчерпывающему информированию. Поведение субъектов коммуникации — активное, информативное, побуждающее к действию.

Жанры журнала отображают и отношение к предмет-ориентированной информации, и единение ее с субъект-ориентированной. Речевое поведение активно в рамках субъектов номинации (цитация) и активно в рамках отношения к миру (репродукция актуальных событий). Жанровая палитра издания подтверждает стиль и форму поведения, принятые в кругу членов клуба, а также актуализирует такой тип общения издания с аудиторией, при котором каждый значим, а взаимодействие субъектов — это общение равных (статус адресанта и адресата одинаково высок).

Специфично для данного издания его невербальное знаковое решение, которое значимо и понятно всем *непосредственным* участникам общения, являясь одним из основных коммуникативных элементов субъектной ситуации общения.

*Дискурс-картина кортежного взаимодействия* журнала может быть охарактеризована как взаимодействие субъектов, которые сформированы в определенное сообщество — иерархически организованное, действующее, имеющее целевую аудиторию и ключевую фигуру. Это сообщество функциональное, соподчиненное и,

соответственно, многоуровневое. И все они находятся в прямой взаимосвязи: и те, кто определяют и номинируют стратегии, и те, кто платят.

#### **IV.4. Специфика взаимодействия референтного и кортежного содержания ЭСИ (на примере 3-х изданий)**

Итак, мы реконструировали три *дискурс-картины мира* и три *дискурс-картины кортежного взаимодействия* из трех материалов ЭСИ — статьи из воскресного приложения «Domenica» к итальянскому газетному изданию «Il Sole 24 Ore», рубрики из журнала «HBR» и выпуска журнала «The Lion». Мы увидели, что во всех *дискурс-картинах мира* есть что-то общее, характерное для всех проанализированных нами элитарных изданий, и все они представляют определенную содержательную целостность. Мы также увидели, что и *дискурс-картины кортежного взаимодействия* всех трех изданий имеют что-то общее, характерное, и все они представляют собой содержательную целостность. Иначе говоря, у каждого материала есть два содержательных начала.

Что объединяет эти (референтное и кортежное) содержательные начала материалов ЭСИ? Что удерживает их содержательное пространство? Каким образом эти материалы, обладающие постоянной формой, сохраняют вариативность, многозначность, многоликость своего содержания и, в то же время целостное, организованное, содержательное пространство?

Каузально-генетическая теория и в частности каузально-генетическая модель утверждает, что целостность и одновременно вариативность сохраняется потому, что у сложного языкового знака, участвующего в коммуникации есть определенные центробежные

(направленные в центр) и центростремительные (направленные от центра) силы.

Полагаем, что роль таких сил могут играть определенные Д-К.. Мы увидели особую роль (меж-«картинного» свойства) у таких Д-К. как «*журналистский повод*» и «*миссия*». Эти категории вплетаются в ткань как предмет-ориентированного, так и субъект-ориентированного содержания. При этом они выходят за пределы каждого из них, это означает, что у них — особое предназначение. Они призваны способствовать единению содержательного пространства материалов ЭСИ.

Давайте остановимся на каждой из обнаруженных нами объединительных Д-К. и посмотрим, как реализуется их особое предназначение?

**Дискурс-категория «миссия»** представлена в текстах выпуска клубного журнального издания и развивает философию клуба *Lion* путем ее конкретизации для членов данной организации; она задает вектор действия для его членов, партнеров, друзей, волонтеров. Эта категория носит общий характер и отражает самое существенное в картине мира организации, а, следовательно, и ее внутреннего издания. Именно миссия делает клуб значимым и вооружает его издание стратегическими принципами речевого поведения.

Мы увидели также, что миссия включает в себя основные цели клуба (успешная благотворительная деятельность (в тематической палитре тема «благотворительная деятельность членов клуба»), качественное расширение рядов организации (темы «проекты» и «целевая аудитория (члены клуба)»), сотрудничество с (не)правительственными и др. организациями (тема «проекты»), которые могли бы быть полезными для оптимизации благотворительных проектов), а также задачи, которые носят комплексный характер (что подробно развивается в материалах журнала) и могут подвергаться изменениям в зависимости от реализации

благотворительных проектов. Миссия определяет генеральную линию преобразований (например, в теме «Проекты» появление и развитие программы «Tree-for-One», посвященная качественному увеличению рядов организации, а также программы «Leadership», в рамках которой идентифицируются, воспитываются и обучаются будущие первые лица клуба LION), придавая им смысл.

Миссия — это своего рода инструмент стратегического управления организацией и ее членами. В нашем случае она базируется на философии помощи/служения и включает видение будущего состояния организации, ее деятельности и основной ориентации на достижение успехов, а также культуру организации, этические принципы управления.

Если объединить все высказывания, в которых так или иначе представлено содержание миссии (а это и информационные материалы, и подписи под фотографиями и др.), то получится следующая картина: **миссия** для данного издания (на примере конкретного выпуска) — это:

(1) объединение целей, опыта и знания членов клуба, чтобы они, с одной стороны, эффективно включались в деятельность, а с другой — делали это с желанием и удовольствием (прагматический план);

(2) активизация творческой, рационализаторской, инициативной деятельности членов клуба (когнитивный план);

(3) активизация эмоционального, социального, поведенческого, лидерского потенциала членов клуба (психологический план);

(4) интернационализация, глобализация организационных отношений и качественное расширение рядов организации (социальный план).

Любопытно, что все эти содержательные позиции, организующие содержание категории «миссия», представлены *линейно* (постранично от первой до последней страницы), что усиливает роль данной категории, как объединяющего фактора, но также и *структурно, системно и иерархически*.

Факт совпадения иерархической, линейной, системной и структурной репрезентаций в журнале «The Lion», из которых состоит Д-К. миссии, информативен сам по себе. Эта четырехкратная маркированность наблюдается нами и в предмет-ориентированном содержании и субъект-ориентированном содержании.

Отметим еще одну важную позицию: анализируя структурную, линейную, системную и иерархическую репрезентации данной категории, а также актуализацию категории «время» в рамках реализации категории «миссия», мы увидели, что миссия дает понимание настоящего и прошлого, делает его осмысленным и значимым, определяет видение будущего, ощущение значимости настоящего для будущего.

Миссия в издании — не курс действий, а набор принципов его выбора и признания того пути, который выбран. Судя по всему, именно поэтому она синхронизирует и взаимообуславливает ДкМ и ДкКВ внутреннего печатного органа организации — клуба LION. Ее значение состоит также в том, что она является обобщающей картиной ожиданий и системой качественных оценок, вербализированных изданием.

Таким образом, можно говорить об особом типе содержания: **двуфокусном**, где оба подвида содержания (предмет-ориентированное содержание и субъект-ориентированное содержание) равнозначимы. А их равнозначимость синхронизирована благодаря наличию миссии у основного источника всех видов содержания для данного печатного издания — закрытой элитарной организации клуба LION.

Мы не можем не констатировать также и тот факт, что Д-К. «миссия» является *объединительной* для *дискурс-картин* (*мира и кортежного взаимодействия*) в других проанализированных нами материалах ЭСИ — «Harvard Business Review» и «...», ибо она как бы проступает на фоне всех, выделенных нами Д-К. в обеих из «картин», становясь, таким образом, одновременно и фокусом и фоном содержания этих материалов.

Так, у рубрики журнала «Harvard Business Review» четко просматривается следующая миссия: завязать беседу между адресантом и целевым адресатом (актуализация непосредственного кортежа), ибо есть предмет разговора — фактологическая информация; но также есть и интерпретация фактов, событий, их анализ, благодаря чему читатель полностью включен в предмет разговора (он может судить о происходящем, предлагать свои интерпретации, сравнивать анализ экспертов со своим анализом). Заданность в миссии предметности общения (а предмет общения здесь, как видим, это и факт, и интерпретация, и анализ) непосредственно выводит категорию «миссия» из кортежного в референтное содержание. Так, рубрика, начиная с фактологического зачина, выводит общение на интересующую аудиторию тему. За счет интерпретации и анализа расширяется предмет разговора. Одновременно расширяется и круг общения — кортеж общения. Предмет и кортеж скреплены профессионально, направляют общение на *совместный (актуальный кортежно)* поиск решения проблемы (референтной содержательной данности).

Можно говорить в данном контексте о наличии взаимного управления содержательным пространством (кортежного референтным и референтного кортежным). В его основе — имплицитный механизм «управления» на основе «представлений» и «предназначений».

В статье приложения «Domenica» к итальянской газете «Il Sole 24 Ore» единство референтного и кортежного планов также определено миссией, которая вербализирована еще в аннотационной части проанализированного нами материала — «донести смысл, а не просто проинформировать». Далее эта позиция так или иначе развивается, и мы это увидели в реализации практически всех Д-К., обнаруженных нами и проанализированных в ходе анализа как референтного, так и кортежного содержания.

Роль Д-К. «миссия», как видим, в определенном смысле слова начинает сливаться с ролью Д-К. «журналистский повод», подробно описанной в процессе анализа каждого из анализируемых материалов. И все же мы сохраняем категорию «журналистский повод» в качестве встречной, а значит самостоятельно функционирующей в содержательном пространстве материалов. Будучи тематическим, «журналистский повод» становится мотивом для адресанта, а значит, определяет его ролевую установку — установку на информирование адресата. Таким образом, «журналистский повод» из предмет-ориентированного содержания переходит в субъект-ориентированное содержание, тем самым, осуществляет единение последних.

Факт наличия 2-х связующих категорий, идущих как бы от разных начал, но реализующих себя в обоих единствах, указывает на их равноценность и равнозначимость, а также на неизбежность перехода фокуса внимания друг в друга. Можно добавить также, что функциональное содержание есть содержание взаимоперехода фокуса внимания и его фона, а последние есть естественное продолжение друг друга.

#### **IV.5. Обобщение результатов**

Субъект-ориентированное (кортежное) содержание материалов, исследованных нами изданий, то есть *дискурс-картина кортежного взаимодействия*, представленная ЭСИ в проанализированных нами изданиях, реализует себя в каждом конкретном случае, как определенная функциональная целостность.

Во всех 3-х случаях *дискурс-картина кортежного взаимодействия* представляет собой подвижное состояние, ибо представлена в 4-х измерениях: *иерархическом, структурном, системном и линейном*. Каждое измерение репрезентирует *картину* по-своему, но, вместе они

образуют объемное, многогранное, взаимокорректирующее, динамическое содержательное единство. При этом форма остается неизменной, статичной.

Во всех 3-х случаях кортежное содержание проявило себя через актуализацию определенного набора ролей, которые в любом случае вобрали в себя специфику взаимодействия, характерного для исследуемой нами кортежной группы. Так, этот набор основан на равном, уважительном отношении общающихся; это общение основано на общей заинтересованности коммуникантов в общении, на их внимании друг к другу; это — реализация определенного «цехового» единства, коллегиальности, профессионализма, подготовленности (не зависимо от сферы общения), открытости друг другу, но, в то же время, и обязательности следования определенным правилам общения, что делает его также в определенном смысле и закрытым.

Во всех 3-х изданиях открытость взаимодействия «адресант-адресант» дополняется обязательным включением в общение позиции «предмет общения», с акцентом на значимость, глубину, познавательную ценность последней. Иначе говоря, *дискурсная группа*, формируемая ЭСИ, предполагает наличие как равного высокого уровня образования, так и глубокого (профессионального) интереса к самым разным предметам общения (которые, на первый взгляд, могут восприниматься посторонним читателем, как нечто, стоящее в стороне от непосредственного практического опыта читателя).

Во всех трех изданиях указанные виды взаимодействия (уважительность, коллегиальность, дидактичность или познавательная направленность общения и т.д.) не имеют четко выраженной внутренней иерархии, но иерархическое содержание не теряет при этом своей актуальности. Данная форма организации кортежного содержания подвижна, изменчива в плане распределения значимостей ролей и

вариативна с точки зрения количественной характеристики ролевого взаимодействия.

Если рассмотреть отдельно каждую из форм реализации кортежного содержания в анализируемой нами выборке, мы видим также общее и эксклюзивное в этих изданиях. Так, общим является следующее:

- для *иерархической* координаты кортежного содержания: здесь мы констатируем (пред)определенные условности, принимаемые общающимися. В первую очередь это — принятие взаимодействия «адресант-адресат» не в качестве виртуального, а в качестве реального кортежа, т. е. того, который уже состоялся в реальной жизни. Поэтому кортеж в определенном смысле закрыт, но он открыт потенциально для других, тех, кто готов принять данные правила общения, кого интересует глубина общения и для кого важен (естественен) принятый стиль общения;

- для *линейной* координаты кортежного содержания: здесь наблюдается относительно ровная (без пересечения, последовательная без возвращения) ритмика проявления и развития каждой из ролевых пар. Но при этом во взаимодействии адресант-адресат нет монотонности — *линейное* развитие кортежного содержания гармонично и логически выверено в каждом из проанализированных изданий;

- для *системной* (жанровый инструментарий) и *структурной* (формат) форм организации кортежного содержания: здесь наш анализ подтвердил факт *открытости* общения (приглашение читателя к сотрудничеству, размышлению, поиску новой информации, работе с источниками), *полуроткрытости* (предложение принять информацию как некую данность и на ней строить свои (взаимо)отношения) и *закрытости* (опора на факты, которые аудитории надо просто принять). Во всех трех изданиях присутствует язык научного общения (*статьи, обзоры*), что поднимает общение до определенной глубины и необходимости активного интеллектуального участия в процессе общения. При всей

жанровой вариативности стилистическая палитра текстов достаточно однородна, адресант не использует случайных, диссонирующих с общей стилиевой окраской регистров. При этом автор в любом случае — эксперт, эрудит, профессионал, что означает, что находящийся перед ним адресат подготовлен и может понять, оценить и принять информационный набор, принять те же роли.

Кортежное содержание в нашей выборке проявило также и эксклюзивные черты — клубное издание «The Lions» намерено открыло свой кортеж (за счет включения, например, целевых групп деятельности непосредственного кортежа «автор-читатель»), посчитав естественным включение такого вида общения как призывно-побудительный.

При соотнесении выводов по организации всех форм организации кортежного содержания мы приходим к выводу, что все роли парные, т. е. соподчиненные. Причем, нельзя сказать, что первично: например, готовность аудитории учиться дальше или желание автора учить аудиторию. Скорее всего, здесь речь идет о взаимной мотивации общения. В этой связи такие характеристики общения (кортежного взаимодействия) как «открытое» или «закрытое» общение кажутся несколько относительными. Общение изначально задано быть и одним и другим.

Специфику реализации кортежного общения хорошо характеризуют в этих изданиях также и *невербальное речевое поведение*. Его маркеры (шрифт, организация заголовочных комплексов, выносок, лидов, наличие символики) для нас несут значимую для данного контекста информацию. Так, *шрифт* здесь расставляет акценты, выделяет интертекстуальность, интересубъектность, то есть в конечном счете способствует расширению кортежа; *заголовочные комплексы* определяют ядро и периферию содержательного пространства текстов, номинируют (под)темы, то есть актуализируют ключевые позиции используемых жанров; *выноски* комментируют заголовочные комплексы,

интерпретируют обозначенные темы, акцентируют внимание на ключевых посылах адресанта; *лиды* (зачины) в нашей выборке преобразуются в аннотации либо отсутствуют вовсе, что дает нам право определить данную тенденцию в качестве характерной черты качественной элитарной периодики (исключение составляют лишь традиционные информационные заметки, но таковых в ЭСИ немного). Добавим, что *символика* присутствует только на страницах клубного издания, журнала «The Lion», что указывает на актуализации закрытости кортежного содержания (между членами клуба).

Формат проанализированных текстов определяет объем и время общения адресанта и адресата. В «наших» текстах физическое время и географическое место не регламентировано для адресата — он может «общаться» с изданием в любое удобное для него время, в любом желаемом месте. Физическое/реальное время, отведенное для чтения, то и дело «тормозится» заголовками, иллюстрациями, выносками. Иначе говоря, адресант регулирует процесс чтения с разной степенью погружения в текст. Есть и *второй* тип времени — исторически отдаленное — его мы идентифицируем в большей степени в итальянской газете и клубном издании, когда адресант оказывается в позиции «здесь-и-сейчас», либо, наоборот, адресат совершает путешествие в прошлое, оставаясь «здесь» лишь в каком-то смысле.

## V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведя исследование на материале трех печатных изданий (двух журнальных (англоязычные «Harvard Business Review» и «The Lion») и воскресного приложения к газетному изданию (итальянское «Domenica» к «Il Sole 24 Ore»)), мы можем говорить о том, что:

1. Элитарные средства информации — это, во-первых, реально существующее явление современного глобального медийного поля. Эти издания объединяют цели, опыт, знания членов определенной дискурсной группы. Последняя — высокостатусные социальные группы. ЭСИ активизируют творческую, инициативную деятельность этой группы, влияют на ее эмоциональный, социальный, поведенческий, лидерский потенциал. Более того, можно говорить, что ЭСИ глобализуют отношения членов этой группы и качественно их регламентируют. ЭСИ начинают интересовать и русскоязычного читателя не праздно, а практически. Такой читатель у нас есть. Доказательством тому служит тот факт, что ЭСИ приходят в русскоязычное медийное пространство, например, журнал HBR с 2007 года публикуется на русском языке.

2. Элитарные средства информации — это, во-вторых, реально существующее знаковое явление, имеющее свою специфику, форму и свое содержание.

3. Функциональное бытие ЭСИ многопланово, объемно. Специфика функционального содержания этих материалов обеспечивается единством и взаимодействием в нем *предмет-ориентированного содержания текста* (референтного содержания) и *субъект-ориентированного содержания текста* (кортежного содержания). В частности мы увидели *равно значимую прагматическую актуализацию* содержания в двух ее аспектах: равном фокусе внимания на прагматику предмета и прагматику субъекта.

4. Мы проанализировали предмет-ориентированное содержание и субъект-ориентированное содержание текста статьи, рубрики, отдельного номера/выпуска издания на материале собственно текста (статьи) и макротекстов (рубрики и цельного выпуска издания) с учетом развития как референтного, так и кортежного содержания в их *структуре, иерархии, системы и линии*. В результате мы увидели, что предмет-ориентированное содержание и субъект-ориентированное содержание — это своего рода текст в тексте, который, в свою очередь, многопланов и подвижен. При этом предмет-ориентированное — это и живое объемное внимание к факту, событию, человеку, цифре, явлению, отношению, действию, времени сохранено (*референтная канва*) и экспертно (профессионально) осмыслено (*метаязыковая канва*). Осмысление обогащено отношением, эмоцией, оценкой, интерпретацией (*интерпретативная канва*). В свою очередь субъект-ориентированное содержание в ЭСИ — это исключительно серьезное внимание к автору, аннотирование его статусных характеристик, опыта, ролей и далее, последовательное, выверенное взаимодействие между автором и читателем с постепенным расширением последнего. Распределение ролей читателя зависит от автора и в целом программируется как зависимое. Но сами роли требуют серьезной работы, и без активного отношения читателя не может состояться общение с автором. От читателя ожидается непременно знание предмета разговора/общения и кортежной специфики. Само взаимодействие автор-читатель предполагает гармонию взаимодействия. Автор не противостоит и не противопоставляет себя аудитории, не сторонится ее. Мы констатируем кортежное единство. Такие противоречивые виды взаимодействия как *патриархальное* и *коллегиальное*, *дидактическое* и *коллегиальное* не диссонируют, не разрушают гармонию текста, но придают ему определенную динамику, окрашивая внутренней эмоцией.

5. Предмет-ориентированное содержание и субъект-ориентированное содержание — это вполне самостоятельные синтезированные функциональные ключевые элементы содержания ЭСИ. И важно то, что они организованы как центробежно, так и центростремительно. В основе предмет-ориентированного содержания лежит дискурс-категория «(журналистский) повод», в основе субъект-ориентированного содержания — дискурс-категория «миссия». Последняя играет еще одну — объединяющую, интегративную роль. Идентификация дополнительной дискурс-категории *миссии* в рамках проводимого нами исследования, не заявленной в «Рабочей исследовательской модели» настоящей диссертации, происходит в процессе исследования. Данная дискурс-категория приобретает статус внешней, значимой для *объединения суперкатегорий* предмет-ориентированного содержания и субъект-ориентированного содержания во всех исследуемых нами материалах. Полагаем, что именно эта категория развивает философию каждого из трех изданий. *Миссия* задает ориентацию на определенного читателя, отражает самое существенное в предмет-ориентированном содержании каждого проанализированного издания. *Миссия* делает издание значимым и вооружает его стратегическими принципами речевого поведения (такими как регламентированное общение субъектов, объединенных в определенную дискурсную группу, иерархически организованную, действующую, имеющую целевые социальные и личностные установки).

6. Понятие *миссии* в широком смысле включает *дискурс-картину мира*, которая взаимодействует с *дискурс-картиной кортежного взаимодействия*: это та общая картина, которая включает человека, группы, организацию и управляет их взаимодействием. Иначе говоря, имеется некоторый имплицитный механизм «управления» на основе «представлений» и «предназначений». Если объединить все высказывания, в которых так или иначе представлено содержание *миссии*

(а это и информационные материалы, и подписи под фотографиями, и экспертное мнение, и аналитические блоки т.д.), то можно утверждать, что иерархическая и линейная репрезентации, из которых состоит категория *миссии*, совпадают, что информативно сам по себе. Можно даже сказать, что это *маркированный феномен*, и именно поэтому он несет в себе также и речеповеденческую компоненту: представленность определенной *миссии* во всех жанрах, равно как и в разных шрифтах, в разных структурных элементах «наших» изданий также говорит об этом.

Судя по всему, именно поэтому она синхронизирует и взаимообуславливает *дискурс-картины мира и дискурс-картины кортежного взаимодействия* и внутреннего печатного органа организации, и международной газеты, и влиятельного делового журнала. Значение миссии состоит также в том, что она является обобщающей картиной ожиданий и системой качественных оценок, вербализированных изданиями.

7. В качестве итогового вывода можно назвать наличие особого типа содержания — *двуфокусного*, где оба подвида содержания (предметно-ориентированное и субъектно-ориентированное) равнозначимы. А их равнозначимость синхронизирована благодаря наличию *миссии* у основного источника всех видов содержания для данных печатных изданий — высокостатусных социальных групп.

## БИБЛИОГРАФИЯ

### Список использованных источников

1. Акопов, А.И. Специальные журналы. Методология. История. Типология : автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / А.И. Акопов; Киев. гос. ун-т. — Киев, 1991. — 53 с.
2. Аксенова, И.К. Коммуникативно-прагматические особенности спортивного репортажа: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / И.К. Аксенова; Моск. гос. ин-т иностр. яз. — М., 1988. — 20 с.
3. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е.Е. Анисимова. — М.: Академия, 2003. — 128 с.
4. Аристотель. Риторика. Книга III / Аристотель; пер. С.С. Аверинцева // Аристотель и античная литература/ отв. ред. М.Л. Гаспаров. — М., 1978. — С. 164—229.
5. Арутюнова, Н.Д. Фактор адресата / Н.Д. Арутюнова // Изв. Акад. наук СССР. Сер. лит. и яз. — 1981. — Т. 40, № 4. — С. 356—367.
6. Асоян, А.А. Учебная программа курса «Введение в культурологию» /А.А. Асоян; Омск. гос. пед. ин-т [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.informika.ru/text/magaz/pedagog/pedagog\\_3/at24.html](http://www.informika.ru/text/magaz/pedagog/pedagog_3/at24.html). — Дата доступа: 14.07.2006.
7. Аспекты общей и частной лингвистики теории текста / Н.А. Слюсарева [и др.]; редкол.: Н.А. Слюсарева (отв. ред.) [и др.]. — М.: Наука, 1982. — 192 с.
8. Ашин, Г.К. Курс элитологии / Г.К. Ашин, Е.В. Охотский. — М.: Спортакадемпред, 1999. — 366 с.
9. Ашин, Г.К. Миф об элите / Г.К. Ашин. — М.: Знание, 1964. — 40 с.
10. Ашин, Г. К. Смена элит / Г.К. Ашин // Обществ. науки и современность. — 1995. — № 1. — С.40—50.
11. Ашин, Г.К. Современные теории элит: крит. очерк / Г.К. Ашин. — М.: Междунар. отношения, 1985. — 256 с.
12. Бабаева, Л. Бизнес элита — о времени и о себе /Л. Бабаева, А. Чирикова // Деловые люди. — 1994. — № 51. — С. 66—75.
13. Барт, Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика: пер. с фр. / Р. Барт; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. — М.: Прогресс: Универс, 1994. — 615 с.
14. Бахтин, М.М. Вопросы литературы и эстетики: исслед. разных лет / М.М. Бахтин. — М.: Худож. лит., 1975. — 502 с.
15. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Литературно-критические статьи. — М.: Худож. лит., 1986. — С. 428—472.

16. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. — М.: Искусство, 1979. — 423 с.
17. Белановский, С.А. Глубокое интервью: учеб. пособие / С.А. Белановский. — М.: Никколо-Медиа, 2001. — 320 с.
18. Белл, Р.Т. Социоллингвистика. Цели, методы и проблемы / Р.Т. Белл; пер. с англ. В.А. Виноградова; под ред. А.Д. Швейцера. — М.: Междунар. отношения, 1980. — 318 с.
19. Березин, В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действие / В.М. Березин. — М.: РИП-холдинг, 2003. — 173 с.
20. Березин, Ф.М. Общее языкознание / Ф.М. Березин, Б.Н. Головин. — М.: Просвещение, 1979. — 416 с.
21. Богин, Г.И. Понимание и языковая личность / Г.И. Богин // Проблемы динамической лингвистики : теорет. и приклад. вопр.: тез. докл. междунар. теорет.-методол. семинара-совещ., Краснодар—Абрау-Дюрсо, 25—29 июня 1994 г. / Кубан. гос. ун-т. — Краснодар, 1994 — С. 4—6.
22. Богословская, О.И. К проблеме соотношения газетного заголовка и жанра / О.И. Богословская, Е.А. Полтавская // Функциональная стилистика: теория стилей и языковая реализация: межвуз. сб. науч. тр. / Перм. гос. ун-т; редкол.: М.Н. Кожина [и др.]. — Пермь, 1986. — С. 11—19.
23. Богусевич, Д.Г. Прагматическая интерпретация необходимых предпосылок создания и понимания текста / Д.Г. Богусевич // Проблемы динамической лингвистики : теорет. и приклад. вопр.: тез. докл. междунар. теорет.-методол. семинара-совещ., Краснодар—Абрау-Дюрсо, 25—29 июня 1994 г. / Кубан. гос. ун-т. — Краснодар, 1994. — С. 11—13.
24. Богусевич, Д.Г. Прагматическая исследовательская парадигма / Д.Г. Богусевич // Методология исследований политического дискурса: актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов : в 3 вып. / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. — Минск, 1998.— Вып. 1. — С. 52—56.
25. Богусевич, Д.Г. Эпизоды общения и коммуникативные роли / Д.Г. Богусевич, М.К. Ветошкина // Язык, дискурс и личность: межвуз. сб. науч. тр. / Твер. гос. ун-т; редкол.: И.П. Сусов (отв. ред.) [и др.]. — Тверь, 1990. — С. 32—36.
26. Богусевич, Д.Г. Актуализация потенциальной прагматической информации и типы общения / Д.Г. Богусевич, И.Ф. Ухванова // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. Псіхалогія. — 1991. — № 2. — С. 52—56.
27. Бороботько, В.Г. Элементы теории дискурса : учеб. пособие / В.Г. Бороботько; Чечено-Ингуш. гос. ун-т. — Грозный, 1981. — 113 с.
28. Будагов, Р.А. Язык-реальность-язык / Р.А. Будагов. — М.: Наука, 1983. — 262 с.

29. Быков, А.Ю. Современная зарубежная журналистика: конспект лекций / А.Ю. Быков; Урал. гос. ун-т. — Екатеринбург, 2003. — 89 с.
30. Вартанова, Е.Л. Современный медиабизнес и фрагментирующиеся аудитории / Е.Л. Вартанова // Медиаскоп : портал науч. исслед. СМИ и методик журналист. образования [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.mediascope.ru/?id\\_menu=2&id\\_menu\\_item=2&id\\_object=4&id\\_item=403](http://www.mediascope.ru/?id_menu=2&id_menu_item=2&id_object=4&id_item=403). — Дата доступа: 18.07.2006.
31. Васильева, А.Н. Газетно-публицистический стиль речи: курс лекций по стилистике рус. яз. / А.Н. Васильева. — М.: Рус. яз., 1982. — 198 с.
32. Вежбицка, А. Метатекст в тексте / А. Вежбицка // Новое в зарубежной лингвистике: [сб. ст.] / сост., общ. ред. Т.М. Николаевой. — М., 1978.— Вып. 8: Лингвистика текста. — С. 402—421.
33. Виноградова, С.М. Журналистика: человеческое измерение (обзор научной литературы) / С.М. Виноградова // Логос. Общество. Знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса) : сб. науч. тр. / С.-Петерб. гос. ун-т; отв. ред. Б.Я. Мисонжников — СПб., 1997. — С. 9—13.
34. Винокур, Г.О. Филологические исследования: лингвистика и поэтика / Г.О. Винокур; отв. ред.: Г.В. Степанов, В.П. Нерознак. — М.: Наука, 1990. — 451 с.
35. Винокур, Т.Г. Говорящий и слушающий: варианты речевого поведения / Т.Г. Винокур. — М.: Наука, 1993. — 172 с.
36. Винокур, Т.Г. К характеристике говорящего. Интенция и реакция / Т.Г. Винокур // Язык и личность / отв. ред. Д.Н. Шмелев. — М., 1989. — С. 11—23.
37. Витгенштейн, Л. Логико-философский трактат : пер. с нем. / Л. Витгенштейн; общ. ред. и предисл. В.Ф. Асмуса. — М.: Изд-во иностр. лит., 1958. — 132 с.
38. Витгенштейн, Л. Философские исследования / Л. Витгенштейн // Новое в зарубежной лингвистике : [сб. ст.] / сост. Н.Д. Арутюновой, Е.В. Падучевой; общ. ред. Е.В. Падучевой. — М., 1985.— Вып. 16 : Лингвистическая прагматика. — С. 79—129.
39. Ворошилов, В.В. Журналистика : базовый курс : учебник / В.В. Ворошилов. — 5-е изд. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. — 700 с.
40. Воскобойников, Я.С. Журналист и информация : проф. опыт зап. прессы / Я.С. Воскобойников, В.К. Юрьев. — М.: РИА — Новости, 1993. — 177 с.

41. Всемирная Энциклопедия. Философия / гл. науч. ред. и сост. А.А. Грицанов. — М.: АСТ; Минск: Харвест: Современ. литератор, 2001. — 1311 с.
42. Гадамер, Х.-Г. Истина и метод : основы философ. герменевтики : пер. с нем. / Х.-Г. Гадамер. — М.: Прогресс, 1988. — 699 с.
43. Гак, В.Г. О семантической организации текста / В.Г. Гак // Лингвистика текста : материалы науч. конф. : в 2 ч. / Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. — М., 1974. — Ч.1. — С. 61—66.
44. Гальперин, И.Р. Стилистика английского языка : учебник / И.Р. Гальперин. — М.: Высш. шк., 1977. — 334 с.
45. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. — М.: Наука, 1981. — 139 с.
46. Глод, В.В. Жанр-гибрид (О проблемах взаимодействия спортивного отчета и репортажа) / В.В. Глод // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. Псіхалогія. — 1986. — № 2. — С. 64—66.
47. Глушак, Т.С. Функционально-коммуникативный подход и проблемы стиля / Т.С. Глушак // Методология исследований политического дискурса : актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов: в 3 вып. / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. — Минск, 2000. — Вып. 2. — С. 79—87.
48. Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация : учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. — М.: ИНФРА-М, 2006. — 272 с.
49. Головачев, Б. Высококатегорические группы : штрихи к социальному портрету / Б.Головачев, Л. Косова // СоцИс: Социол. исслед. — 1996. — № 1. — С. 45—51.
50. Гордон, Д. Постулаты речевого общения / Д. Гордон, Дж. Лакофф // Новое в зарубежной лингвистике : [сб. ст.] / сост. Н.Д. Арутюновой, Е.В. Падучевой ; общ. ред. Е.В. Падучевой. — М., 1985. — Вып.16: Лингвистическая прагматика. — С. 276—332.
51. Грайс, Г.П. Логика и речевое общение / Г.П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике: [сб. ст.] / сост. Н.Д. Арутюновой, Е.В. Падучевой ; общ. ред. Е.В. Падучевой. — М., 1985. — Вып.16: Лингвистическая прагматика. — С. 217—237.
52. Грязнов, А.Ф. Эволюция философских взглядов Л. Витгенштейна : крит. анализ / А.Ф. Грязнов. — М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1985. — 172 с.
53. Губский, В.В. Газета «Выходного дня» : типология, структура, методика, подготовка (на опыте газетной периодики западносибирского региона) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / В.В. Губский; Моск. гос. ун-т. — М., 1993. — 20 с.

54. Гумбольдт, В. фон. Избранные труды по языкознанию / В. фон Гумбольдт; пер. с нем. под ред. Г.В. Рамишвили. — М.: Прогресс, 1984. — 397 с.
55. Гумбольдт, В. фон. Язык и философия культуры : пер. с нем. / В. фон Гумбольдт; сост., общ. ред. А.В. Гулыги, Г.В. Рамишвили. — М.: Прогресс, 1985. — 451 с.
56. Гусельникова, Н.В. Лингвостилистические особенности информационных жанров радиовещания (радиорепортаж) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Н.В. Гусельникова; Моск. гос. ун-т. — М., 1987. — 23 с.
57. Гийом, Г. Принципы теоретической лингвистики : сб. неизд. текстов / Г. Гийом; подгот. под рук. Р. Валена; пер. с фр. П.А. Скредина; общ. ред. Л.М. Скредина. — М.: Прогресс: Культура, 1992. — 217 с.
58. Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования / И.Ф. Девятко. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. — 203 с.
59. Дедюхина, А. С новым лицом / А. Дедюхина // Эксперт. — 2004. — № 8. — С. 58—61.
60. Дейк, Т.А. ван. Язык и идеология : к вопросу о построении теории взаимодействия / Т.А. ван Дейк // Методология исследований политического дискурса : актуал. пробл. содержат. анализа обществ.-полит. текстов : в 3 вып. / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой — Шмыговой. — Минск, 2000. — Вып. 2. — С. 50—63.
61. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. — М.: Прогресс, 1989. — 310 с.
62. Дейк, Т.А. ван. Стратегии понимания связного текста / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике : [сб. ст.] / сост., ред. В.В. Петрова, В.И. Герасимова. — М., 1988. — Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. — С. 153—211.
63. Дмитриева, Е.В. Фокус-группы в маркетинге и социологии / Е. В. Дмитриева. — М.: Центр, 1998. — 141 с.
64. Дмитриева, И.В. Прагматическая классификация текстов / И.В. Дмитриева // Проблемы динамической лингвистики : теорет. и приклад. вопр.: тез. докл. междунар. теорет.-методол. семинара-совещ., Краснодар — Абрау-Дюрсо, 25-29 июня 1994 г. / Кубан. гос. ун-т. — Краснодар, 1994. — С. 24—27.
65. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиа текстов : опыт исслед. соврем. англ. медиа речи / Т.Г. Добросклонская. — М.: МАКС Пресс, 2000. — 287 с.
66. Долинин, К.А. Интерпретация текста : фр. яз. / К.А. Долинин. — М.: Просвещение, 1985. — 288 с.

67. Дридзе, Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: проблемы семиосоциопсихологии / Т.М. Дридзе; отв. ред. И.В. Левыкин. — М.: Наука, 1984. — 268 с.
68. Дридзе, Т.М. Язык и социальная психология / Т.М. Дридзе. — М.: Высш. шк., 1980. — 224 с.
69. Дубровский, Д.И. Понимание как расшифровка кода (информационный подход к проблемам герменевтики) / Д.И. Дубровский // *Философские основания науки : материалы к VIII Всесоюз. конф. «Логика и методология науки»*, Паланга, 26—28 сент. 1982 г. / *Акад. наук Литов. ССР, Ин-т философии, социологии и права*; отв. ред. Б.М. Кедров (пред.) [и др.]. — Вильнюс, 1982. — С. 128—133.
70. Ермишкина, Н.В. К вопросу о роли субъекта в сложном предложении / Н.В. Ермишкина; Моск. гос. ун-т [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.philol.msu.ru/~rlc2001/abstract/files/sintaksis.doc>. — Дата доступа: 15.08.2006.
71. Журналистика в политической структуре общества : некоторые проблемы полит. орг. и пропаганды / Я.Н. Засурский [и др.]; под ред. Я.Н. Засурского. — М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1975. — 336 с.
72. Засурский, И.И. Масс-медиа второй республики / И.И. Засурский. — М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1999. — 270 с.
73. Звегинцев, В.А. Теоретико-лингвистические предпосылки гипотезы Сепира-Уорфа / В.А. Звегинцев // *Новое в лингвистике: [сб. ст.] / сост., ред. В.А. Звегинцева*. — М., 1960. — Вып. 1. — С. 111—134.
74. Зеленская, В.В. Автор/реципиент : идентификация связей в сочетаниях / В.В. Зеленская // *Проблемы динамической лингвистики : теорет. и приклад. вопр.: тез. докл. междунар. теорет.-методол. семинара-совещ., Краснодар — Абрау-Дюрсо, 25—29 июня 1994 г.* / Кубан. гос. ун-т. — Краснодар, 1994. — С. 85—87.
75. Зернецкий, П.В. Методология коммуникативно-функционального анализа / П.В. Зернецкий // *Методология исследований политического дискурса : актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов: в 3 вып.* / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. — Минск, 1998. — Вып. 1. — С. 14—25.
76. Зернецкий, П.В. Коммуникативные стратегии : классификац. аспект / П.В. Зернецкий // *Методология исследований политического дискурса : актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов : в 3 вып.* / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. — Минск, 2000. — Вып. 2. — С. 194—198.

77. Золотухин, А. Федерально-региональные газеты в России / А. Золотухин // *Relga: науч.-культурол. журн.* [Электронный ресурс] — 2006. — № 11. —
78. Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1065&level1=main&level2=articles>. — Дата доступа: 26.06.06.
79. Иваницкий, В. Формат как инструмент цензуры / В. Иваницкий // *Проблемы СМИ. Информационная политика* [Электронный ресурс]. — 2006.—
80. Режим доступа: <http://www.frip.ru/newfrip/cnt/analitic/sel?cid=355>. — Дата доступа: 26.06.2006.
81. Іўчанкаў, В.І. Дыскурс беларускіх СМІ. Організацыя публіцыстычнага тэкста / В.І. Іўчанкаў. — Мінск: Выд-ва БДУ, 2003. — 256 с.
82. Казанчян, Н.П. Коммуникативные стратегии как реализация принципов речевого общения / Н.П. Казанчян // *Наука и образование на пороге III тысячелетия : тез. докл. Междунар. конгресса, г. Минск, 3—6 окт. 2000 г.: в 2 кн.* / НАН Беларуси, М-во образования Респ. Беларусь; под ред. Л.Л. Божко. — Минск, 2000. — Кн. 2. — С. 128—129.
83. Кандинский, Б.С. Коммуникативная организация текста / Б.С. Кандинский // *Сб. науч. тр./ Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз.* — М., 1982. — Вып. 189: Грамматика и смысловые категории текста. — С. 22—37.
84. Карасик, В.И. Язык социального статуса / В.И. Карасик // *Языковая личность: институцион. и персон. дискурс: сб. науч. тр.* / Волгогр. гос. пед. ин-т; под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина. — 2000. — С. 5—20.
85. Ким, М.Н. Жанры современной журналистики / М.Н. Ким. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. — 335 с.
86. Клаус, Г. Сила слова. Гносеологический и прагматический анализ языка / Г. Клаус; пер. с нем. Н.Г. Комлева. — М.: Прогресс, 1967. — 215 с.
87. Ковалев, Е.М. Качественные методы в полевых социологических исследованиях / Е.М. Ковалев, И.Е. Штейнберг. — М.: Логос, 1999. — 384 с.
88. Кодухов, В.И. Общее языкознание / В.И. Кодухов. — М.: Высш. шк., 1974. — 303 с.
89. Кожина, М.Н. Речеведческий аспект теории языка / М.Н. Кожина // *Stylistyka (Opole)*. — 1998. — R. 7. — S. 5—31.
90. Кожина, М.Н. Предмет риторики в парадигме речеповедческих дисциплин (взгляд со стороны стилистики) / М.Н. Кожина // *Стереотипность и творчество в тексте: межвуз. сб. науч. тр.* / Перм.

- гос. ун-т; редкол.: М.П. Котюрова (гл. ред.) [и др]. — Пермь, 2000. — С. 3—32.
91. Комболин, Ю.И. Некоторые аспекты информационного обеспечения репортажа // Логос. Общество. Знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса) : сб. науч. тр. / С.-Петербург. гос. ун-т; отв. ред. Б.Я. Мисонжников. — СПб., 1997. — С. 32—37.
92. Коммуникативные стратегии: материалы докл. междунар. науч. конф.,
93. Минск, 28—29 мая 2003 г.: в 2 ч. Ч. 2 / Мин. гос. лингвист. ун-т; редкол.: Т.В. Поплавская (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2003. — Ч. 2. — С. 210.
94. Коньков, В.И. Бульварная пресса как тип речевого поведения / В.И. Коньков // Логос. Общество. Знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса) : сб. науч. тр. / С.-Петербург. гос. ун-т; отв. ред. Б.Я. Мисонжников. — СПб., 1997. — С. 38—44.
95. Костомаров, В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В.Г. Костомаров. — М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1971. — 267 с.
96. Костомаров, В.Г. Языковой вкус эпохи : анализ речевой практики масс-медиа / В.Г. Костомаров. — М.: Педагогика-Пресс, 1994. — 247 с.
97. Костомаров, В.Г. Языковой вкус эпохи : из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров. — 3-е изд., испр. и доп. — СПб.: Златоуст, 1999. — 319 с.
98. Корконосенко, С.Г. Политизированная пресса для «беспартийной» аудитории / С.Г. Корконосенко // Логос. Общество. Знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса) : сб. науч. тр. / С.-Петербург. гос. ун-т; отв. ред. Б.Я. Мисонжников. — СПб., 1997. — С. 45—50.
99. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики : учеб. для вузов / С.Г. Корконосенко. — М.: Аспект Пресс, 2001. — 284 с.
100. Кривенко, Б.В. Частотный словарь языка массовой коммуникации / Б.В. Кривенко. — Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1992. — 218 с.
101. Кривенко, Б.В. Язык массовой коммуникации : лексико-семиот. аспект / Б.И. Кривенко. — Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1993. — 138 с.
102. Крысин, Л.П. Речевое общение и социальные роли говорящих / Л.П. Крысин // Социально-лингвистические исследования / под ред. Л.П. Крысина, Д.Н. Шмелева. — М., 1976. — С. 42—52.
103. Кузнецова, О.Г. Гносеологическая проблема соотношения реальности и документализма / О.Г. Кузнецова // Логос. Общество. Знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса) : сб.

- науч. тр. / С.-Петерб. гос. ун-т; отв. ред. Б.Я. Мисонжников. — СПб., 1997. — С. 62—68.
104. Кустарев, А. Конкуренция и конфликт в журналистике / А. Кустарев // Pro et Contra. [Электронный ресурс]. — 2000. — Т. 5, № 4. — Режим доступа: <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/55938.htm> — Дата доступа: 10.07.2006.
105. Лабов, У. Исследование языка в его социальном контексте / У. Лабов // Новое в лингвистике:[сб. ст.] / общ. ред. Н.С. Чемоданова. — М., 1975. — Вып. 7: Социоллингвистика. — С. 96—181.
106. Лазуткина, Е.М. Коммуникативные цели, речевые стратегии, тактики и приемы /Е.М. Лазуткина // Культура русской речи: учеб. для вузов / под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. — М., 1999. — Гл. 1, § 7. — С. 72—82.
107. Лассан, Э. Дискурс власти и инакомыслия в СССР : когнитивно-ритор. анализ / Э. Лассан. — Вильнюс: Изд-во Вильнюс. ун-та, 1995. — 224 с.
108. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева.—М.: Совет. энцикл., 1990. — 682 с.
109. Лозовский, Б.Н. Журналистика : крат. словарь / Б.Н. Лозовский. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://virlib.eunnet.net/win/metod\\_materials/jdictionary/?xsl=article.xslt&id=a83](http://virlib.eunnet.net/win/metod_materials/jdictionary/?xsl=article.xslt&id=a83). — Дата доступа: 11.04.2007.
110. Лосев, А.Ф. Проблема художественного стиля / А.Ф. Лосев; сост. и авт. предисл. А.А. Тахо-Годи. — Киев: Collegium: Киев. акад. евробизнеса, 1994. — 285 с.
111. Лотман, Ю.М. Статьи по типологии культуры / Ю.М. Лотман; Тарт. гос. ун-т. — Тарту, 1973. — 95 с.
112. Лысакова, И.П. К вопросу об эволюции русского газетно-публицистического стиля / И.П. Лысакова // Логос. Общество. Знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса) : сб. науч. тр. / С.-Петерб. гос. ун-т; отв. ред. Б.Я. Мисонжников. — СПб., 1997. — С. 68—73.
113. Лукина, М.М. Эпистолярный жанр публицистики : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / М.М. Лукина; Моск. гос. ун-т. — М., 1988. — 22 с.
114. Марков, В.А. Контент-анализ в комплексном исследовании функционирования прессы : опыт конкретно-социол. исслед.: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / В.А. Марков; Моск. гос. ун-т — М., 1974. — 28 с.

115. Маськова, Е.В. Эссе как жанр и метод : автореф. дис. ... канд. филол. наук:10.01.10 / Е.В. Маськова; Белорус. гос. ун-т. — Минск, 1994. — 21 с.
116. Мегентесов, С.А. «Текст» исторического развития языка как субъектно-предикатная структура / С.А. Мегентесов // Проблемы динамической лингвистики : теорет. и приклад. вопр.: тез. докл. междунар. теорет.-методол. семинара-совещ., Краснодар — Абрау-Дюрсо, 25—29 июня 1994 г. / Кубан. гос. ун-т. — Краснодар, 1994. — С. 9—11.
117. Мельник, Г.С. Общение в журналистике : секреты мастерства / Г.С. Мельник. — СПб. [и др.]: Питер, 2005. — 216 с.
118. Мельник, Г.С. Элементы психологического воздействия политических текстов на аудиторию / Г.С. Мельник, В.К.Амбросенкова // Логос. Общество. Знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса) : сб. науч. тр. / С.-Петерб. гос. ун-т; отв. ред. Б.Я. Мисонжников. — СПб., 1997. — С. 68—73.
119. Методология исследований политического дискурса : актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов : в 3 вып. / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой . — Минск, 1998. — Вып. 1. — 255 с.
120. Методология исследований политического дискурса : актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов: в 3 вып. / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. — Минск, 2000. — Вып. 2. — 479 с.
121. Методология исследований политического дискурса : актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов : в 3 вып. / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. — Минск, 2002. — Вып. 3. — 359 с.
122. Миллер, Т.А. Основные этапы изучения «Поэтики» Аристотеля / Т.А. Миллер // Аристотель и античная литература / отв. ред. М.Л. Гаспаров. — М., 1978. — С. 5—106.
123. Мисонжников, Б.Я. Швейцарская газета. «Нойе цюрхер цафтунг» как издание буржуазной «качественной» прессы : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Б.Я. Мисонжников; Ленингр. гос. ун-т. — Л., 1985.— 23 с.
124. Николова, А. Категория пространства, ее языковая репрезентация и лингвистическое описание [Электронный ресурс] / А. Николова. — Режим доступа: <http://www.russian.slavica.org/article113html>. — Дата доступа: 24.06.2006.
125. Никольский, Л.Б. Синхронная социолингвистика : теория и проблемы / Л.Б. Никольский. — М.: Наука, 1976. — 168 с.
126. Новейший философский словарь / гл. науч. ред. и сост. А.А. Грицанов. — Минск: Изд. В.М. Скакун, 1998. — 877 с.

127. Общая риторика / Ж. Дюбуа [и др.]; пер. с фр. Е.В. Разлоговой, Б.П. Нарумова; общ. ред. А.К. Авеличева. — М.: Прогресс, 1986. — 391 с.
128. Основин, Ю.А. Соотношение гносеологического и языкового аспектов понимания / Ю.А. Основин // Методологические проблемы науки и культуры : межвуз. сб. / Куйбышев. гос. ун-т; отв. ред. В.Н. Борисов (отв. ред.) [и др.]. — Куйбышев, 1978. — Вып. 3. — С. 60—70.
129. Павилёнис, Р.И. Проблема смысла / Р.И. Павилёнис. — М.: Мысль, 1983. — 286 с.
130. Паппе, Я. Элиты и банки России / Я. Паппе // Деловые люди. — 1995. — № 55. — С. 48—52.
131. Петров, В.В. Философия, семантика, прагматика / В.В. Петров // Новое в зарубежной лингвистике : [сб. ст.] / сост. Н.Д. Арутюновой, Е.В. Падучевой; общ. ред. Е.В. Падучевой. — М., 1985. — Вып. 16: Лингвистическая прагматика. — С. 471—476.
132. Пиотровский, Р.Г. Синергетика текста : учеб. пособие / Р.Г. Пиотровский; Мин. гос. лингвист. ун-т. — Минск, 2005. — 156 с.
133. Поплавская, Т.В. Коммуникация и ее изучение на рубеже тысячелетий / Т.В. Поплавская // Коммуникативные стратегии : материалы докл. междунар. науч. конф., Минск, 28-29 мая 2003 г.: в 2 ч. / Мин. гос. лингвист. ун-т; редкол.: Т.В. Поплавская (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2003. — Ч.1. — С. 3—5.
134. Поплавская, Т.В. Отрицательные апелляции в английском и русском массовом дискурсе / Т.В. Поплавская, Н.Н. Максименя // Коммуникация. Дискурс. Текст.: сб. науч. ст. / Мин. гос. лингвист. ун-т; редкол.: Т.В. Поплавская (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2005. — С. 106—112.
135. Попова, А.В. Отражение субъектной ситуации общения в текстах СМИ: теоретический аспект / А.В. Попова // Язык и социум : материалы II Междунар. науч. конф., Минск, 5-6 дек. 1996 г.: в 2 ч. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Л.Н. Чумак (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 1998. — Ч.1. — С. 128—129.
136. Попова, А.В. К вопросу о понятии «дискурсная группа» и соотношении этого понятия с понятием «кортеж» // Материалы юбилейной научной конференции преподавателей и аспирантов МГЛУ, посвященной 50-летию Университета, Минск, 23-24 апреля 1998 г.: в 3 ч. / Мин. гос. лингвист. ун-т; редкол.: Н.П. Баранова (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 1998. — Ч.3. — С. 38—39.
137. Попова, А.В. Печатные СМИ в ориентации на высокостатусные группы : опыт лингвистического анализа (на материале издания «Il Sole 24 Ore»/ Солнце 24 Часа, Италия) / А.В. Попова // Язык и социум: материалы IV Междунар. науч. конф., Минск, 1-2 дек.

- 2000 г.: в 2 ч. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Л.Н. Чумак (отв. ред.) [и др]. — Минск, 2000. — Ч. 1. — С. 172—173.
138. Попова, А.В. Жанр: статика, генетика, конвенция / А.В. Попова // Методология исследований политического дискурса : актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов: в 3 вып. / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. — Минск, 2000. — Вып. 2. — С. 88—94.
139. Попова, А.В. План содержания текста СМИ в фокусе внимания теории коммуникации (по материалам 2 и 3-го изданий книги Д. Мак-Куэйла «Массовая коммуникация») / А.В. Попова // Методология исследований политического дискурса: актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. — Минск, 2000. — Вып. 2. — С. 400—411.
140. Попова, А.В. Журнал «Harvard Business Review» с позиций жанровой репрезентации (на материале жанра «кейс-стади») / А.В. Попова // Весн. Гродзен. ун-та. Сер. 1, Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Педагогіка. Псіхалогія. Правазнаўства. Філалогія. — 2005. — № 4 — С. 164—169.
141. Попова, А.В. Реконструкция картины мира англоязычного элитарного журнального издания «Harvard Business Review» / А.В. Попова // Язык и социум: материалы VI Междунар. науч. конф., Минск, 3—4 дек. 2004 г.: в 2 ч. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Л.Н. Чумак (отв. ред.) [и др.] — Минск, 2004. — Ч.1. — С. 228—232.
142. Попова, А.В. Реконструкция картины мира и картины речевого поведения англоязычного клубного журнального издания, ориентированного на высокостатусную группу / А.В. Попова // *Respectus Philologicus*. — 2005. — № 7. — С.112—119.
143. Попова, А.В. СМИ, ориентированные на высокостатусные группы / А.В. Попова // Журналістыка—2004: матэрыялы 6-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 2-3 снеж. 2004 г. / Беларус. дзярж. ун-т; редкал.: В.П. Вараб'ёў (адк. рэд.) [і інш.] — Мінск, 2004. — Вып.6. — С. 255—256.
144. Попова, А.В. Дискурс-категория «миссия» в элитарном дискурсе / А.В. Попова // Коммуникативные стратегии: материалы докл. III междунар. науч. конф., Минск, 24—25 марта 2005 г.: в 2 ч. / Мин. гос. лингвист. ун-т; редкол.: Т.В. Поплавская (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2007. — Ч. 2. — С. 87—91.
145. Попова, А.В. Содержательные особенности русскоязычной версии делового журнального издания «FORBES» / А.В. Попова // Взаимодействие языков и культур : рус. яз. в культурно-коммуникатив. пространстве новой Европы: сб. науч. ст. / Балт. Рус. ун-т; под ред. Ю.Е. Прохорова. — Рига, 2005. — Вып. 1. — С. 328—334.

146. Попова, А.В. Художественный текст в специализированном экономическом издании (на материале англоязычного элитарного журнального издания «Harvard Business Review») / А.В. Попова // Художественный дискурс: интерпретация и коммуникатив. константы: материалы науч.-теорет. конф., Минск, 13—14 мая 2005 г. / Мин. гос. лингвист. ун-т; редкол.: П.М. Бабинская (отв. ред.) [и др.] .— Минск, 2006. — С. 74—80.
147. Попова, А.В. Различные направления исследования дискурса элитарных СМИ: методологический аспект / А.В. Попова // Е.Ф. Карский и современное языкознание: материалы X междунар. Карских чтений, Гродно, 16—17 мая 2005 г.: в 2 ч. / Гродн. гос. ун-т; редкол.: М.И. Конюшкевич (отв. ред.) [и др.] .— Гродно, 2005 — Ч. 2. — С. 154—159.
148. Попова, А.В. Картина мира элитарного журнального издания: теория и практика / А.В. Попова // Вестн. Мин. гос. лингвист. ун-та. Сер.1, Филология. —2005. —№ 3. — С.70—80.
149. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики : учеб. для вузов по специальности «Журналистика» / Е.П. Прохоров; Моск. гос. ун-т. — 5-е изд., испр. и доп. — М.: Аспект пресс, 2003. — 366 с.
150. Рисмухамедов, И. Анализ идеологии как стратегия исследования СМИ и популярной культуры в современном неомарксизме / И. Рисмухамедов // Восток [Электронный ресурс]. — 2004. — № 12. — Режим доступа: [http://www.situation.ru/app/j\\_art\\_703.htm](http://www.situation.ru/app/j_art_703.htm). — Дата доступа: 17.07.2004.
151. Серль, Дж.Р. Классификация иллокутивных актов / Дж.Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике: [сб. ст.] / сост. И.М. Кобозовой, В.З. Демьянкова; общ. ред. Б.Ю. Городецкого. — М., 1986. — Вып. 17: Теория речевых актов. — С. 170—194.
152. Смирнов, С.В. Формирование творческой личности журналиста / С.В. Смирнов // Логос. Общество. Знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса) : сб. науч. тр. / С.-Петерб. гос. ун-т; отв. ред. Б.Я. Мисонжников. — СПб., 1997. — С. 113—118.
153. Смирнова, И.С. Некоторые тенденции развития деловой прессы Европы / И.С. Смирнова // Логос. Общество. Знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса) : сб. науч. тр. / С.-Петерб. гос. ун-т; отв. ред. Б.Я. Мисонжников. — СПб., 1997. — С. 119—123.
154. Смирнова, Н.С. Газеты для женщин (региональный опыт становления новой прессы) / Н.С. Смирнова // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 2, История. Языкознание. Литературоведение. — 1993. — № 3. — С. 102—104.

155. Снянский, Д. Картина мира как моделирующая система культуры [Электронный ресурс] / Д. Снянский. — Режим доступа: <http://j.rsl.ru/downloads/0030/200702230800/chij.km.ru/view/a0D2AB C066A874C3B8F3EB8E58A43F4E2.htm>. — Дата доступа: 07.06.2006.
156. Соссюр, Ф. де. Труды по языкознанию / Ф. де Соссюр; пер. с фр. А.А. Холодовича. — М.: Прогресс, 1977. — 695 с.
157. Соссюр, Ф. де. Заметки по общей лингвистике / Ф. де Соссюр; пер. с фр. Б.П. Нарумова. — М.: Прогресс, 1990. — 276 с.
158. Степанов, Г.В. Стихия языка в стихии споров / Г.В. Степанов // Лит. газ. — 1984. — 27 июня (№ 26). — С. 2.
159. Стереотипность и творчество в тексте : межвузов. сб. науч. тр. / Перм. гос. ун-т; редкол.: М.П. Котюрова (гл. ред.) [и др.]. — Пермь, 2000. — 393 с.
160. Стернин, И.А. Экспериментальное изучение категории русский коммуникативный идеал / И.А. Стернин // Мир русского слова [Электронный ресурс]. — 2003. — № 2. — Режим доступа: <http://www.learning-russian.gramota.ru/journals.html?m=mirrs&n=2003-02&id=498>. — Дата доступа: 11.04.2007.
161. Стернин, И.А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования. Определение и виды коммуникативного поведения / И.А. Стернин [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://commbehavior.narod.ru/RusFin/RusFin2000/Sternin1.htm>. — Дата доступа: 11.04.2007.
162. Стернин, И.А. Коммуникативное и когнитивное сознание / И.А. Стернин [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/sternin-02a.htm>. — Дата доступа: 11.04.2007.
163. Страусс, А. Основы качественного исследования : обоснов. теория. Процедуры и техника / А. Страусс, Дж. Корбин. — М.: Эдиториал УРСС, 2001. — 254 с.
164. Стюарт, Т. Журнал для третьего часа / Т. Стюарт; подгот. А. Дедюхина // Эксперт. — 2004. — № 36. — С. 48—52.
165. Супрун, А.Е. Лексическая система и методы ее изучения / А.Е. Супрун // Методы изучения лексики / А.Е. Супрун [и др.]; под ред. А.Е. Супруна. — Минск: Изд-во БГУ, 1975. — С. 5—22.
166. Супрун, А.Е. Текстовые реминисценции в газетных текстах / А.Е. Супрун // Методология исследований политического дискурса: актуал. проблемы содержат. анализа обществ.-полит. текстов: в 3 вып. / Белорус. гос. ун-т; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. — Минск, 1998. — Вып. 1. — С. 142—149.

167. Супрун, А.Е. Лекции по лингвистике : учеб. пособие / А.Е. Супрун. — Минск: Изд-во БГУ, 1980. — 143 с.
168. Сусов, И.П. О двух путях исследования содержания текста / И.П. Сусов // Значение и смысл речевых образований : межвуз. темат. сб. / Калинин. гос. ун-т; редкол.: И.П. Сусов (отв. ред.) [и др.]. — Калинин, 1979. — С. 90. —103.
169. Тарасов, Е.Ф. Введение. Методологические основания исследования (речевого) общения / Е.Ф. Тарасов // Речевое общение : проблемы и перспективы : сб. науч.-аналит. обзоров / Акад. наук СССР, Ин-т науч. информ. по обществ. наукам; редкол.: Ф.М. Березин (отв. ред.), Е.Ф. Тарасов, В.Г. Садур. — М., 1983. — С. 5—15.
170. Тарасов, Е.Ф. К построению теории речевой коммуникации / Е.Ф. Тарасов // Сорокин, Ю.А. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, А.М. Шахнарович. — М., 1979. — С. 5—147.
171. Тарасов, Е.Ф. Место речевого общения в коммуникативном акте / Е.Ф. Тарасов // Национально-культурная специфика речевого поведения / А.А. Леонтьев [и др.]; редкол.: А.А. Леонтьев [и др.]. — М., 1977. — С. 67—95.
172. Тарасов, Е.Ф. Социолингвистика и психолингвистика / Е.Ф. Тарасов // Теоретические проблемы социальной лингвистики / Акад. наук СССР, Ин-т языкознания; редкол.: Ю.Д. Дешериев [и др.]. — М., 1981. — С. 140—164.
173. Тарасов, Е.Ф. Социолингвистические проблемы теории речевой коммуникации // Основы теории речевой деятельности / Акад. наук СССР, Ин-т языкознания; отв. ред. А.А. Леонтьев. — М., 1974. — С. 255—273.
174. Текст. Интертекст. Культура : сб. докл. междунар. науч. конф., Москва, 4-7 апр. 2001 г. / Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз.; ред.-сост.: В.И. Григорьев, Н.А. Фатеева. — М.: Азбуковник, 2001. — 608 с.
175. Тепляшина, А.Н. Методологические основы жанрообразования в масс-медиа / А.Н. Тепляшина // Логос. Общество. Знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса) : сб. науч. тр. / С.-Петерб. гос. ун-т; отв. ред. Б.Я. Мисонжников. — СПб., 1997. — С. 128—133.
176. Токарева, И.И. Этнокультурные стереотипы коммуникативного поведения: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / И.И. Токарева. — Минск, 1999. — 244 л.
177. Трескова, С.И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации: принципы измерения яз. вариантности / С.И. Трескова. — М.: Наука, 1989. — 151 с.

178. Толстикова-Маст, Ю. Коммуникация о коммуникации : исследование развития дисциплины «Коммуникация» в России / Ю. Толстикова-Маст, Дж. Кейтон // Теория коммуникации и прикладная коммуникация : вестн. Рос. Коммуникат. ассоц. — Ростов н/Д, 2002. — Вып. 1 / под общ. ред. И.Н. Розиной. — С. 185—192.
179. Ухванова-Шмыгова, И.Ф. Дискурсные методик в социологических исследованиях : учеб.-метод. комплекс / И.Ф. Ухванова-Шмыгова; Белорус. гос. ун-т. — Минск, 2003. — 190 с.
180. Ухванова-Шмыгова, И.Ф. Картина речевого поведения печатного издания и ее операционализация: теория и практика / И.Ф. Ухванова-Шмыгова, А.В. Попова // Вестн. Мин. гос. лингвист. ун-та. Сер.1, Филология. — 2006. — № 1. — С. 87—96.
181. Ухванова-Шмыгова, И.Ф. Модель эффективной речевой деятельности / И.Ф. Ухванова-Шмыгова // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер.4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. Псіхалогія. — 1986. — № 2. — С. 51—55.
182. Ухванова-Шмыгова, И.Ф. Обзор литературы по проблематике: исследования плана содержания средств массовой информации / И.Ф. Ухванова-Шмыгова // Новые исследования в зарубежной лингвистике. — 1996. — Минск: Изд. ООО «Красико-Принт». — С. 29—43.
183. Ухванова-Шмыгова, И.Ф. План содержания газеты: стратегия выбора: учеб. пособие / И.Ф. Ухванова-Шмыгова; Белорус. гос. ун-т. — Минск, 1994. — 53 с.
184. Ухванова-Шмыгова, И.Ф. Построение семантической модели слова на основании соединения внелингвистического и лингвистического семантических треугольников / И.Ф. Ухванова-Шмыгова // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. Псіхалогія. — 1982. — № 3. — С. 41—45.
185. Ухванова-Шмыгова, И.Ф. Семитический анализ плана содержания текстового материала современных лозунгов-плакатов / И.Ф. Ухванова-Шмыгова // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. Псіхалогія. — 1988. — № 3. — С. 61—65.
186. Федорова, Л.Л. Грамматика диалога: основные категории / Л.Л. Федорова [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2005/Fedorova%20L/FedorovaL.htm>. — Дата доступа: 15.07.2006.
187. Хараидзе, К.Г. Репортаж как жанр советской радиопублицистики : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / К.Г. Хараидзе; Моск. гос. ун-т. — М., 1984. — 21 с.

188. Хаскина, М.И. Современный научно-популярный журнал. Структура издания. Специфика жанров: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / М.И. Хаскина; Моск. гос. ун-т. — М., 1980. — 23 с.
189. Холл, М.П. Энциклопедическое изложение масонской, герметической, каббалистической и розенкрейцеровской символической философии : интерпретация секрет. учений, скрытых за ритуалами, аллегориями и мистериями всех времен / М.П. Холл; пер. с англ. и предисл. В.В. Целищева. — 2-е изд., испр. — Новосибирск: Наука: Сиб. изд. фирма, 1992. — 792 с.
190. Худяков, А.А. Понятийные категории как объект лингвистического исследования / А.А. Худяков // Лингвистика. Общие вопросы теории и методологии [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.lingvolab.chat.ru/library/hudyakov.htm>. — Дата доступа: 16.07.2006.
191. Шестова, В.М. Функционирование научного стиля в газете: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / В.М.Шестова. — М., 1978. — 24 с.
192. Шмелев, Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях: к постановке проблемы / Д.Н. Шмелев. — М.: Наука, 1977. — 168 с.
193. Щепкина, И.Г. Прагматика метаязыка художественного текста / И.Г. Щепкина // Проблемы динамической лингвистики: теорет. и прикл. вопр.: тез. докл. междунар. теорет.-методол. семинара-совещ., Краснодар — Абрау-Дюрсо, 25-29 июня 1994 г. / Кубан. гос. ун-т. — Краснодар, 1994. — С. 72—74.
194. Электоральные социологические исследования / Д.Г. Ротман [и др.]. — Кемерово: Кузбассвузиздат, 2002. — 98 с.
195. Элмор, Р. Т. Словарь языка средств массовой информации США : спец. изд. / Р.Т. Элмор. — М.: Рус. яз., 1992. — 668 с.
196. Язык и моделирование социального взаимодействия : сб. науч. ст. / Благовещ. гуманитар. колледж. — Благовещенск, 1998. — 464 с.
197. Яканюк, Д.Л. Сучасныя публіцыстычныя жанры і формы электроннай журналістыкі : вучэб.-метад. комплекс / Д.Л. Яканюк. — Мінск: БДУ, 2003. — 53 с.
198. Яцимирская, М.Г. Экспрессивные средства языка как факторы повышения эффективности журналистского воздействия : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / М.Г Яцимирская; Киев. гос. ун-т. — Киев, 1990. — 17 с.
199. Edelstein, A.S. Communication & Culture / A.S. Edelstein, Y. Ito, H. M. Kepplinger. — New York; London: Longman, 1989. — 342 p.

200. Alisauskiene Rasa. Elites and General Public in Lithuania: Values, Ideologies, Communication. — Vilnius: Baltic Surveys, — 1992.
201. Bauer, M. Science and Technology in the British Press: 1946 to 1986 / M. Bauer // Centre interuniversitaire de recherche sur la et la technologie [Electronic resource]. — 2006. — Mode of access: <http://www.cirst.uqam.ca/pcst3/PDF/Communications/BAUER.PDF>. — Date of access: 17.07.2006.
202. Beniger, J.R. Media content as social indicators. The Greenfield index of agenda setting, *Communication Research*, 1978. — P. 437—453.
203. Berger A., *Making sense of media: key texts in media and cultural studies* /
204. [edited by] Arthur Asa Berger. p.cm. Includes bibliographical references and index. Berger, Arthur Asa, 2005 Blackwell Publishing Ltd. P.195
205. Berger, A.A. *Media research techniques* / A.A. Berger. — London: Sage, 1991. — 148 p.
206. Bingham, A. Gender, modernity and the popular press in Inter-War Britain / A. Bingham // *H-Net reviews in the humanities and social sciences*. — 2007. — №1. — P. 1—3.
207. Bonvillain, N. *Language, culture and communication: the meaning of messages* / N. Bonvillain. — New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River, 1997. — 374 p.
208. Conboy, M. *The press and popular culture* / M. Conboy. — London: Sage, 2002. — 194 p.
209. Gans, H.J. *Popular culture and high culture: an analysis and evaluation of taste* / H.J. Gans. — New York: Basic Books, 1999. — 248 p.
210. Dijk, T.A. van. *Some aspects of text grammars. A study in theoretical linguistics and poetics* / T.A. van Dijk. — The Hague; Paris: Mouton, 1972. — 375 p.
211. Dijk. T. A. van, *Macro contexts p.3-26 / Discourse and International*
212. *Relations* / Dagmar Scheu & José Saura, — Peter Lang AG, Academic Publishers, Bern 2007—366 p.
213. Dijk, T.A. van. *Studies in the pragmatics of discourse* / T.A. van Dijk. — The Hague: Mouton, 1981. — 331 p.
214. Eemeren, F. H. van. *A systematic theory of argumentation: the pragma-dialectical approach* / F.H. van Eemeren, R. Grootendorst. — Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2004. — 216 p.
215. Fillmore, C. *A grammarian looks to sociolinguistics* / C. Fillmore // *Monograph Series on Lang. and Ling.* — Washington, 1973. — № 25. — P. 279—285.

216. Finch, J. Research and policy: the uses of qualitative methods in social and educational research / J. Finch. — London: Falmer, 1986. — 275p.
217. Fiske, J. Introduction to communication studies / J. Fiske. — London: Routledge, 1990. — 203 p.
218. Fisher, R. Getting to YES: Negotiating agreement without giving in / R. Fisher, W. Ury. — New York: Penguin Books, 1983. — 161 p.
219. Gelder B. de. I Know What You Mean but if I Only Understood You...// Meaning and Understanding. — B., N.Y.: De Gruyter, 1981. — P. 44—60.
220. Gerbner G. Cultural indicators — the Third Voice // G. Gerbner, L. Gross and W. Melody (eds.). Communications Technology and Social Policy. Wiley. — N. Y. , 1973. — P. 553—573.
221. Goetz, J.P. Ethnography and qualitative design in educational research / J.P. Goetz, M.D. LeCompte. — London: Academic Press, 1984. — 526 p.
222. Gordon D., Lakoff G. Conversational Postulates // Syntax and Semantics. Vol. 3: Speech Acts Ed. By P.Cole and G.L. Morgan. — New York, 1975. — P. 83—106.
223. Hall. The Determination of News Photographs, 1973.
224. Hall. Coding and Encoding in the television Discourse, 1980.
225. Inglis, F. Media theory: an introduction / F. Inglis. — Oxford: Basil Blackwell, 1990. — 212 p.
226. Jamieson, K.H. The interplay of influence: news, advertising, politics, and the mass media / K.H. Jamieson, K.K. Karlyn. — Belmont: Wadsworth, 1992. — 298 p.
227. Lakoff, G. Metaphors we live by / G. Lakoff, M. Johnson. — Chicago; London: University of Chicago Press, 1980. — 242 p.
228. Lawrence, W. R. A case study in speech criticism: the Nixon-Truman analog / W.R. Lawrence // Methods of rhetorical criticism: a twentieth-century perspective / L. Bernard [et al.]. — 3d ed. — Detroit, 1989. — P. 117—133.
229. Lawrence, W. R. The anatomy of critical discourse / W.R. Lawrence // Methods of rhetorical criticism: a twentieth-century perspective. — 3rd ed. — Detroit, 1989. — P. 96—116.
230. Lindkvist, K. Approaches to textual analysis / K. Lindkvist // Advances in content analysis / K.E. Rosengren (ed.). — London, 1981. — P.23—41.
231. Lindlof, T. Qualitative communication research methods / T. Lindlof. — London: Sage Publications, 1995. — 314 p.
232. Martel, M. Political campaign debates: images, strategies, and tactics / M. Martel. — New York: Longman, 1983. — 193 p.
233. McQuail, D. Mass communication theory: an introduction / D. McQuail. — 2nd ed. — London: Sage Publications, 1987. — 352 p.

234. McQuail, D. Mass communication theory: an introduction / D. McQuail. — 3d ed. — London: Sage Publications, 1994. — 416 p.
235. Methods of rhetorical criticism: a twentieth-century perspective / L. Bernard [et al.]. — 3d ed. — Detroit: Wayne State Univ. Press, 1989. — 518 p.
236. Morley, D. Family television: cultural power and domestic leisure / D. Morley. — London: Comedia Publ. Group, 1986. — 178 p.
237. Perspectives and methods of political discourse research: in 3 vol. / I.F. Oukhvanova (ed.), A.A. Markovich, V.N. Ukhvanov. — Minsk: National Institute of Higher Education, 2004. — Vol. 3: Discourse portraits of Belarussian and Russian Politicians. — 2004. — 53 p.
238. Popova, A.V. Genre: statics, genetics, conventions / A.V. Popova // Perspectives and methods of political discourse and text research: in 2 vol. / Belarus. State Univ.; ed. by I. F. Oukhvanova-Shmygova. — Minsk, 2001. — Vol. 2. — P. 54—60.
239. Potter, J. Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour. SAGE, 1987 — repr.1990. — P. 95—115.
240. Rosenberg, S. W. International conflict and the problem of attribution / S.W. Rosenberg, G. Wolfsfeld // J. of Conflict Resolution. — Vol. XXI, № 1. — 1977. — P. 75—104.
241. Storey, J. Cultural studies and the study of popular culture: theories and methods / J. Storey. — Athens: Univ. of Georgia Press, 1996. — 148 p.
242. The Sociological Perspective / Ed. By Bernard L. Brock, Robert L. Scott, James W. Chesebro. Methods of rhetorical criticism: a twentieth-century perspective. — 3rd ed., rev. — Wayne State Univ., Detroit: 1989. — P. 5 — P. 273—426.
243. Trent, J.S. Political campaign communication: principles and practies / J.S. Trent, R.V. Friedenberg. — New York: Praeger, 1983. — 319 p.

## Список таблиц, приведенных в монографии

1. Таблица 1. Ключевые дискурс-категории предмет-ориентированного содержания в их развитии.....	56
2. Таблица 2. Знаковое воплощение тем, обнаруженных в выпуске журнала «The Lion» .....	57
3. Таблица 3. Темы, рожденные знаковым рядом .....	58
4. Таблица 4. Ключевые дискурс-категории .....	61
5. Таблица 5. Операционализаторы субъект-ориентированного содержания текста СМИ .....	65
6. Таблица 6. Соотношение структурной и системной компонент предмет-ориентированного содержания текста .....	81
7. Таблица 7. Реконструкция ролей адресанта и адресата, репрезентированных в тексте статьи «Антиквар свободы» воскресного приложения «Domenica» к газетному изданию «Il Sole 24 Ore».....	118
9. Таблица 8. Реконструкция ролей адресанта и адресата, репрезентированных в тексте рубрики «Изучение отдельного случая» американского делового журнального издания «Harvard Business Review» .....	128

## СЛОВАРЬ БАЗОВЫХ ТЕРМИНОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данный словарь базовых терминов исследования репрезентирует ключевую терминологию нашего исследования, помогает увидеть его системность и взаимозависимость.

**Адресант (A1)** — коммуникант, автор печатной публикации в ЭСИ: журналист, член (в том числе, президент) клуба Lion, эксперт, аналитик; составляющая кортежа (см. *Адресат, Кортеж*).

**Адресат (A2)** — коммуникант, получатель письменного сообщения (высказывания, текста, документа), читатель ЭСИ: член клуба, представитель международного менеджмента и т.п.; составляющая кортежа (см. *Адресант, Кортеж*).

**Актуализация/манифестация** содержания — реализация потенциальных возможностей содержания. Манифестация осуществляется разными способами: через объективацию (актуализация референтного содержания в узком смысле слова), схематизацию (актуализация когнитивного, или структурного содержания), синтанматизацию (актуализация знаково-системного содержания в линии) и парадигматизацию (актуализация знаково-системного содержания).

**Дискурс** — (1) текст плюс социальный контекст, репрезентированный в тексте. Понятие «дискурс» может быть равно понятию «текст» в широком смысле слова, когда мы рассматриваем текст в его содержательном, функциональном аспекте, то есть как текст, вписанный в ситуацию реального общения; (2) любой текст (устный и письменный, современный и исторический, реальный и искусственно сконструированный) во всей его многозначности и полифункциональности, с учетом реального и потенциального содержательных планов коммуникации. ПС дискурса включает в себя комплекс знаний о тексте — его предмет-ориентированное содержание и субъект-ориентированное содержание; (2) соотнесенность языковой практики с экстралингвистическими факторами (см. *Текст*).

**Дискурс-анализ (тж. Дискурс-исследование) ПС текста** — (1) последовательное комплексное изучение содержания дискурса во всей его полноте и функциональной данности, аналитическое чтение, включающее сбор базы данных о содержании текста, ее описание, анализ и сопоставление описанных элементов, верификация результатов; (2) комплексный анализ всех видов ПС текста, включающий реконструкцию социального контекста (A1 и A2 в их взаимодействии). Оставаясь по сути текстологическим, дискурс-анализ переходит в разряд методик, изучающих социальный контекст, а значит является одновременно методикой целого ряда гуманитарных и социальных

наук; (3) анализ различных уровней речевой деятельности — фонетический/просодический, лексико-семантический, прагма-, психо-, этнолингвистический и пр. (см. *Дискурс-методику*).

**Дискурс-категория** — операциональная составляющая ПС дискурса (текста в его функциональном бытии. Д-К. различаются по функции и степени абстракции. Так, существуют:

— **дискурс-категории внешние**, работающие на единение этих функциональных содержательных групп;

— **дискурс-категории внутренние**, работающие на единение ряда операционных Д-К. в единую функциональную группу;

— **дискурс-категории операциональные**, образующие содержательное пространство дискурса.

Набор Д-К. и функция каждой Д-К. варьируется от текста к тексту, образуя его самостоятельность, уникальность, единичность. Выявление специфики Д-К. — задача дискурс-анализа. В контексте данного исследования внешними Д-К. стали «миссия» и «(журналистский) повод»; внутренними Д-К. стали «тема/референт в ее структурном развитии», «тема/референт в ее иерархическом развитии», «тематическое поле», «адресант», «целевая аудитория (адресат)», «ролевая пара», «формат», «жанр», «атрибутивность», «время», «деятельность», «интертекстуальность», «открытость/закрытость», «пространство», «субъект тематический», «стилистический диапазон»; операционными Д-К. стали дискурс-картина мира и дискурс-картина кортежного взаимодействия ЭСИ и их операционализаторы «структура», «иерархия», «линия», «система» .

**Атрибутивность** — набор качеств, характеристик (как реальных, так и приписываемых идентифицируемым субъектам или объектам дискурса), обозначенных знаковым рядом.

**Аудитория целевая** — отражение в тексте того сектора аудитории и ее характеристик, которую адресант «завоевывает», что соответственно обозначено знаковым рядом (напр., формы обращения к ней и др.).

**Время** — проецирование коммуникантом себя во времени (прошлое историческое, настоящее неопределенное или актуальное, будущее неизбежное или проецируемое, реальное/нереальное и пр.).

**Деятельность** — набор деятельностных характеристик приписываемых идентифицируемым субъектам дискурса с учетом знакового ряда текста.

**Интерсобытийность** — дискурс-категория, характеризующая кортежное содержание; расширение содержательного потенциала дискурса путем выявления причинных связей внешних корреляций описанных в тексте событий (см. *Кортежное содержание*).

**Интерсубъектность** — дискурс-категория, характеризующая кортежное содержание, расширение содержательного потенциала дискурса путем включения в него нетематических субъектов.

**Интертекстуальность** — актуализация ассоциаций, вызванных упоминанием в структуре текста других текстов, не имеющих прямого отношения к содержанию текста в целом; расширение содержательного потенциала дискурса (тж. текстовые реминисценции).

**Миссия** — вербализация целей и задач коммуникантов в дискурсе.

**Объект коммуникации** — предмет или событие, о котором идет речь в тексте (см. *Референт*).

**Открытость/ закрытость** — дискурс-категория, характеризующая актуализацию таких действий аудитории как «интерпретировать или не интерпретировать» (а принимать ее в данной вербальной оболочке) предмет разговора.

**Повод (журналистский)** — дискурс-категория, которая непосредственно связывает текст с реальностью и реконструкция которой несет нам знание о ситуации (факте, событии), ставшей отправной точкой написания материала(ов). Повод может быть глобальным/комплексным (инаугурационная речь вновь избранного президента элитарного клуба), когда одновременно репрезентированы несколько поводов (модель «матрешки»), либо частным/чисто утилитарным (редакционный заказ).

**Пространство** — проецирование субъекта или объекта коммуникации в пространстве: географическом (местный или глобальный уровень), модальном (реальность/виртуальность) и др.

**Стилистический диапазон** — разнообразие стилистических регистров (формальный, неформальный, сленг...), характеризующее специфику короткого взаимодействия и видение предмета разговора.

**Субъект коммуникации** — адресант (A1) или адресат (A2) (см. *Адресант, Адресат*).

**Субъект тематический** — человек, о котором идет речь в тексте (см. *Референт*).

**Дискурс-методики** — методики/технологии изучения текста как социального документа в качественной исследовательской парадигме; тж. способы извлечения значимой для понимания социума информации; тж. разнообразные, главным образом интердисциплинарные, способы исследования содержания текста, рожденные с учетом многообразия подходов к трактовке ПС текста (см. *Дискурс-анализ*).

**Анализ линии ключевых слов** — анализ понятийных центров текста статьи/рубрики/выпуска издания, своеобразных доминант в иерархии смыслов в их линейной (синтагматической) организации.

*Ключевое слово(а)* — это слово(а), обладающее весомой семантической информативностью в тексте. Ключевые слова конструируют текст, являются его смысловым стержнем, они содержат в себе основной смысл текста, являясь его семантическим и композиционным центром, и подвергаются вследствие этого различным семантическо-стилистическим трансформациям. (см. подробнее «Методология исследований...», Выпуск 1, 86—87)

**Анализ жанров** — разновидность качественного анализа текста, определяющая характер речевого поведения адресанта и его отношение к адресату; А.Ж. дает возможность интерпретировать отношения А1—А2, которые можно реконструировать из текста статьи/рубрики/выпуска издания (см. *Открытость/закрытость*).

**Анализ системной организации текста** — разновидность качественного анализа текста, исследующая и определяющая семантический (парадигматические отношения, анализ тематических полей в тексте) и жанрово-стилистический (определение и анализ жанра(ов), представленных в тексте) аспекты содержания в их единстве (см. *Системная организация содержания текста*).

**Анализ структурной организации текста** — разновидность качественного анализа текста, исследующая и определяющая схематическое развитие тем, соподчиненность тем, понятий, а также форматный аспект содержания в их единстве (см. *Структурная организация содержания текста*).

**Идентификативно-интерпретативный (тж. тема-рематический) анализ** — является развитием тема-рематического анализа. Используется как на узком (сегмент текста), так и на более широком текстовом пространстве (статья, рубрика, выпуск издания). Его назначение — идентифицировать позиции, становящиеся (или способные стать) тематическими в дискурсе (в том числе сквозные темы — топики), и определить характер их развития/схему (структурная позиция) и фокусировку (иерархическая позиция). При этом сквозные темы могут быть предметно, субъектно — или знаково — акцентированы.

**Изучение отдельного случая (case-study)** — метод всестороннего, многоступенчатого, верификативного изучения частного случая, с целью выявления его существенных характеристик и экстраполяции на аналогичные явления. Оптимальное поле для применения качественных методик анализа текстов (см дополнительно Lawrence W. Rosenfield, Попова).

**Каузально-генетическая перспектива (КГП) (методология)** — перспектива методологического порядка, принимающая исторически ранние перспективы (позитивистскую, интерпретативную, критическую, постмодернистскую) в аспекте их комплементарности, взаимодействия (интеракции),

взаимозависимости и взаимообусловленности. Методология, усложняющая ядро ПС сложного языкового знака (текста в его функциональной данности) от дихотомии *реальность-знак* (пусть и усложненной до признания прагматической, гносеологической, парадигматической и синтагматической составляющих, что принципиально не меняет сути подхода, а только обогащает данное видение ПС) до квадритомии *реальность-знак* плюс *кортеж* — *знак*, либо *реальность-кортеж* плюс *знаковая реальность* — *знаковый кортеж*. Данная перспектива уравнивает в значимости познавательно-деятельностную и интерактивную (социальную, коммуникативную) стороны общения и указывает на то, что функциональное бытие сложных языковых знаков (текстов) проявляет себя во всей своей полноте и недостаточно в двумерном пространстве. КГП является основой для порождения методик анализа содержания текста с учетом многомерности, полифоничности его содержания.

**Каузально-генетическая теория (КГТ)** — система знаний о ПС языка (сложных языковых знаков — текста/макротекста) с учетом динамики его развития, аналитической и синтетической направленности, кодирования и декодирования.

**Каузально-генетическое моделирование (КГМ)** — построение функциональных моделей ПС дискурса (текста) с учетом актуальной реализации потенциального/латентного содержания на разных уровнях сложности (синтезирования). Основа для построения технологий исследования плана содержания сложных языковых знаков (текста, рубрики журнала, выпуска издания и пр.).

**Текст (текст СМИ)** — сложный языковой знак, реализующий себя в социальном контексте; информативный пакет в единстве его формы и содержания, значения (предметного содержания) и значимости (субъектного содержания), процесса и результата; зафиксированный в знаке практический опыт и речевое поведение конкретного субъекта, подчиненные единому замыслу и воспроизведенные как единое целое (акцент на смысловые параметры знака, ограниченные социально-временными факторами); воплощенные в знаке результат деятельности; знаковый пространственно организованный процесс (акцент на категориальные, устойчивые параметры знака); воплощенный в знаке вид деятельности (ср. *Дискурс*).

**Макротекст** — текстовое пространство, в котором мы видим определенное множество/набор текстов, составляющих определенное единство: рубрики, выпуск издания.

**Иерархия** — социальный, оценочный, аксиологический фактор, организующий содержание.

**Линия** — синтагматический фактор, организующий содержание.

**Система** — парадигматический фактор, организующий содержание.

**Структура** — интеллектуальный (когнитивный) фактор, организующий содержание.

**Иерархическая организация содержания текста** высвечивает аксиологический аспект содержания.

**Линейная организация содержания текста** — представленный в знаке синтагматический аспект содержания.

**Системная организация содержания текста** — семантический (парадигматические отношения) и жанрово-стилистический аспекты содержания в их единстве.

**Структурная организация содержания текста** — соподчиненность тем, понятий, а также форматный аспект содержания в их единстве.

**Квалитативный (качественный) анализ текста (Qualitative text analysis)** — исследование содержания текста в неформализованном виде и интерпретация его содержания. КвЛА учитывает целостность текста, раскрывает его структуру, потенциальное значение содержания, основан на селективном отборе элементов, носит иллюстративный характер, принимает во внимание позицию А2. Представлен множеством методик, среди которых нарративный, социально-ролевой, риторический виды анализа, а также идентификационно-интерпретативный анализ, анализ жанров, анализ знаковой репрезентации ключевых объектов и ключевых субъектов коммуникации и др. (ср. *Квантитативное...*).

**Квантитативный (количественный) анализ текста (Quantitative text analysis)** — исследование содержание текста в формализованном виде. Процесс изучения сводится к статистическому измерению содержания текстов/документов. КвНА нацелен на исследование манифестируемого (актуализированного) значения содержания. Неотъемлемыми характеристиками такого подхода являются систематичность, объективность, обобщенность. Представлен такой методикой как контент-анализ (ср. *Квалитативное...*).

**Операционализация** — это процедура разложения категории на составляющие.

**Предмет-ориентированное содержание текста/дискурса** — это прототипное содержание, своеобразная предметно-тематическая «матрица» печатных изданий. Мы реконструируем это содержание, декодируя (1) референтный и (2) знаково-референтный планы содержания дискурса. Референтное содержание актуализируется (манифестируется) в рамках (а) иерархического (прагматика референта) и (б) структурного (когнитивный план) измерений содержания дискурса. Знаково-референтное содержание актуализируется в рамках (в) системного (парадигматический план) и (г) линейного (синтагматический план) измерений содержания дискурса. Каждое из них может быть представлено (операционализировано) с помощью частных дискурс-категорий

(таких, например, как «пространство», «время», «деятельность», «атрибутивность» и др.). Определение работающих дискурс-категорий организует исследовательскую процедуру и позволяет четче представить алгоритм деятельности исследователя (ср. *Гальперин (концептуальное / фактологическое содержание)*, *Бахтин (хронотоп)*).

**Референт текста СМИ** — тематически репрезентированный, структурно и иерархически определенный фрагмент реального мира, на который указывает (refer) текст лингвистический знак; 2) прямое, предметно-экстенциональное значение знака (см. *Референтное содержание*).

**Тема** — основная идея текста СМИ, составляющая ПОС текста СМИ, операциональная ДК, реконструкция которой дает знание о предмете разговора (о чем текст СМИ).

**тематический срез (тематическая палитра) текста СМИ** — совокупность тем, с учетом их структурной и иерархической организации, здесь данная категория рассматривается в качестве синтезированной ДК.

**тема предмет-ориентированная (ПОТ)** — тематизация референтного ПС текста СМИ;

**тема субъект-ориентированная (СОТ)** — тематизация кортежного ПС текста СМИ;

**ПОТ сквозная** — ПОТ, получающая постоянное развитие на протяжении всего текста СМИ, сфокусированная на предмете коммуникации; топик, глобальная тема:

**Топик** — это Д-К., реконструируя которую, мы определяем глобальную (сквозную) идею текста СМИ и обнаруживаем, как с точки зрения иерархии организован тематический срез текста СМИ или, иначе говоря, какие темы наиболее значимы (иерархически выше) либо их иерархическая представленность носит фреймовый характер (или что-то еще);

**Фокус (внимания)** — это Д-К., реконструируя которую, мы получаем знание о том, что именно в этих сквозных темах текста СМИ должно притягивать внимание. Понятно, что фокус внимания может либо блуждать, либо быть постоянно фиксированным.

**СОТ сквозная** — СОТ, получающая постоянное развитие на протяжении всего текста СМИ, сфокусированная на субъектах коммуникации;

**тема знаково-ориентированная** — тема, зависящая от ее знакового воплощения, фрагмент реального мира тематически

репрезентированный в тексте СМИ (то есть определенный структурно и иерархически).

**Референт знаковый (знаковая тема) текста СМИ** — фрагмент реального мира, тема текста, репрезентированная знаковым рядом, а значит — обладающая парадигматическим и синтагматическим развитием.

**Знаковое решение тем** — это также особая Д-К., реконструкция которой позволяет нам больше узнать о содержании издания. Операционализаторы этой Д-К. — все вербальные и невербальные знаки в их системной (парадигматической) и линейной (синтагматической) реализации.

**Субъект-ориентированное содержание текста СМИ** — это прототипное содержание процесса общения между коммуникантами; здесь мы обнаруживаем информацию иллюкутивного плана, своего рода матрицу коммуникативного поведения текста СМИ, в основе которой лежит взаимодействие (1) актуального *кортежного содержания* (все актуализированные виды отношений между А1 и А2) в его (а) иерархическом и (б) линейном развитии и (2) прототипного *знаково-кортежного содержания* в его (в) системном (жанровая палитра текста СМИ и лексико-стилистический срез) и (г) структурном (формат общения) развития.

**Кортеж** — группа коммуникантов, вовлеченных во фрейм определенного речевого акта непосредственно (устное общение) или опосредованно (письменное общение) в их взаимодействии (межличностное взаимодействие); оригинальная, открытая изменениям, субъект-ориентированная деятельность; отражение такой деятельности в стиле общения; компонент содержательного ядра текста (см. *Содержание кортежное, Фрейм*).

**Типы кортежа:** профессионально-значимый, возрастно-значимый, родственно-значимый; демократический, тоталитарный, патриархальный.

**Роли** — ожидаемый от субъекта способ действий в заданных обстоятельствах; элементы содержания, рассматриваемые в аспекте их организации в типы общения (см. *Типы общения*).

**Типы общения** — характер взаимодействия коммуникантов: степень открытости и доступности текста, его диалогичности. В зависимости от этого различаются: открытое (СМИ), открытое ограниченное (специализированные СМИ), закрытое (семейное). А также:

**Типы общения по цели:** дидактическое (предметнозаданное), воздействующее (манипулятивное, субъектнозаданное), просветительское (с сохранением двойного фокуса внимания: на предмете обсуждения и на субъектах, включенных в общение), а также:

**узкий тип общения** характеризуется меньшей степенью доступности текста и ориентацией на подготовленного читателя

(специальная терминология, ограниченное употребление разговорных оборотов, ссылки на «герметичные» тексты, большая степень имплицитности, актуализация дополнительной информации через возможные логические выводы, инференциальная семантика);

**узкий авторитарный<sup>1</sup> тип общения** сохраняет такие нарративные черты авторитарного текста как назидательность и закрытость, однако имеет иное интертекстуальное содержательное поле. Он рассчитан на элитные группы функционеров массовых движений и организаций;

**узкий демократический<sup>2</sup> тип общения** отличает авторская маркированность текстов, композиционное и жанровое своеобразие, особые речевые стереотипы. Тексты в целом открыты, то есть допускают различные толкования, но требуют внимательного прочтения;

**широкий тип общения** характеризуется направленностью на максимально большую аудиторию, доступностью для понимания (отсутствие узко профессиональной терминологии, разговорные обороты, ссылки на популярные тексты, широкое использование расхожих стереотипов, низкая степень имплицитности и коннотативности, опора на фоновые знания);

**широкий авторитарный тип общения** означает назидательность, «авторитетность», в некоторых случаях дидактичность, закрытость текстов (отсутствие вариантов «текст значит то, что он значит, и нечего более»);

**широкий демократический тип общения** имеет следующую нарративную специфику: диалогичность, приглашение к размышлению, открытость текста (возможность различных интерпретаций, отказ от «единственно правильного» прочтения текста).

**Причина (кауза)** — исходное начало, источник плана содержания языка, условие его функционального бытия (ср. *Фактор*).

**Репрезентация** — дискурсивная или ментальная структура, отражающая события, действия или ситуация в реальном или воображаемом мире.

---

<sup>1</sup>Термин «авторитарный» не несет в своем контексте никакой идеологической нагрузки.

<sup>2</sup>Термин «демократический» не несет в своем контексте никакой идеологической нагрузки.

**Репрезентация семантическая** — значимая **структура** предложения или текста, состоящая из локально или тотально связанных между собой позиций.

**Репрезентация социальная** — ментальные структуры, разделяемые членами группы или сообществами (знание, аттитюды, идеологии, нормы, ценности).

**Реконструкция** — это извлечение из коммуникативного продукта информации, которая в нем заложена.

**Содержание дискурса/текста СМИ (тж. план содержания)** — совокупность смыслов (категориальных и феноменологических), типов, видов, аспектов содержания. Причем все компоненты содержания могут реализовываться как в своем индивидуальном звучании (в структурном, аналитическом прочтении), так и в «аккордах», преобразующих весь содержательный план текста (в функциональном прочтении).

**Содержание актуальное** — это манифестируемое содержание, репрезентированное иерархической организацией содержания и линейной организацией содержания (*ср. Содержание потенциальное*).

**Содержание потенциальное** — латентное содержание, репрезентируемое структурной и системной организациями содержания (*ср. Содержание актуальное*).

**Содержание функциональное в КГТ операционализируется:**

**Содержание феноменологическое** — (*ср. image-centred meaning*) отражение в языковом знаке феномена, материального явления, его образа. КГТ содержания выделяет четыре таких константных феномена содержания — феномены реальной действительности, выявляемые в процессе практической (субъект-предмет) и коммуникативной (субъект-субъект) деятельности коммуникантов (референты и кортежи) и феномены знаковой действительности, выделяемые в процессе функционально языковой деятельности и деятельности по аккумуляции языкового опыта (знаки референтов и знаки кортежей).

**Содержание референтное (тематическое)** — отражение и конструирование факта реальности в его структурном (когнитивное содержание референта) развитии и иерархическом (аксиологическое (значимостное) содержание референта) развитии. Соотносимо с понятием тема (тематическое содержание) как элемента содержательной дихотомии «тема — знаковая тема» (референт — знаковый референт);

**Содержание знаково-референтное** — информация о знаке предмета в его парадигматической и синтагматической определенности. Соотносимо с понятием знаковой темы (знаково-тематическое содержание) как элемента

содержательной дихотомии «тема — знаковая тема» (референт — знаковый референт) (см. *Референт (тема), Содержание референтное (тематическое)*);

**Содержание кортежное** — отражение и конструирование взаимодействия коммуникантов, информация о характере/специфике взаимодействия коммуникантов с учетом возможного расширения информации за счет взаимодействия коммуникантов с тематическими субъектами. Социальные связи актуализируются в содержании порождаемых текстов непосредственно (номинативно) или опосредованно (через интертекстуальность, интерсобытийность).

**Содержание знаково-кортежное** — зафиксированная знаком (текстом) информация о групповом или, в широком смысле, социально-историческом статусе участников коммуникации, определяющем выбор структурно-системной организации; отраженное в знаке типовое поведение коммуникантов (жанрово-форматный содержательный тип). Соотносимо с понятием типа (типовое содержание), как элемента содержательной дихотомии «тип-стиль» (знаковый кортеж — кортеж).

**Жанр** — (1) социальный знак, сигнализирующий о намерениях говорящего и ожиданиях слушателя в отношении того, что определенное содержание — референтный слой действительности — вербализуется в форме, обладающей закономерностями построения, обуславливающими модель рассказывания и модель ожидания рассказывания; (2) совокупность выразительных средств текста, нейтральное или, наоборот, активное выражение в знаковой форме отношения автора к событию или читателю/слушателю; 3) категория текста, характеризующаяся подвижностью, пластичностью, способностью менять структуру; 4) практический инструмент, помогающий СМИ соотносить конечный продукт с ожиданиями потребителя; 5) тип коммуникации, которому присущи три взаимосвязанных аспекта: нормативный, генетический и конвенциональный; 6) категория дискурса любого типа — письменного или устного, с литературной аурой или без нее.

**Формат** — 1) внутренний стандарт СМИ, материализованный в оригинал-макете издания на основе правил, норм, традиций редакционной политики. Форматность того или иного издания обусловлена проблемами коммерческого характера. 2) композиционная организация текстов издания, структурная организация знакового кортежного содержания; 3) сочетание устойчивых формальных признаков текстов СМИ с определенным содержанием (устойчивыми компонентами стиля).

**Содержание категориальное (идеологическое)** — сущностный тип плана содержания, отражающий отдельные конструкты человеческого сознания. См. **содержание когнитивное, содержание прагматическое, содержание парадигматическое, содержание синтагматическое.**

**Содержание когнитивное (гносеологическое)** — информация о предмете коммуникации и типе общения, в которое включается данный языковой знак,

представленная через индивидуальное структурирование тематики и типовое структурное построение знака; структурная организация содержания в единстве референтного и знаково-кортежного аспектов; информация о том, какое реальное знание несет знак (см. *Референтная гносеология, знаково-кортежная гносеология*):

**референтная гносеология** — область исследований познавательного содержания языкового знака в его предметной направленности (индивидуальное структурирование тем) (см. *Референт, Референтное содержание*);

**знаково-кортежная гносеология** — область исследований познавательного содержания языкового знака с учетом его социально-исторической обусловленности (типовое структурирование содержание через выбор знака общения) (см. *Знаковый кортеж, Знаково-кортежное содержание*).

**Содержание прагматическое (аксиологическое)** — информация и субординации элементов на основе референтного и кортежного аспектов; информация о реальной значимости знака (см. *Кортежная прагматика, референтная прагматика*):

**кортежная прагматика** — область исследований иерархического содержания языкового знака в его кортежной направленности (см. **Кортеж, Кортежное содержание**);

**референтная прагматика** — область исследований иерархического содержания языкового знака в его предметной направленности. См. **Референт, Референтное содержание**.

**Содержание парадигматическое** — информация о соотношении лексических единиц внутри единого сложного языкового знака (о языковых ассоциативных полях), включающая парадигмы по референтному признаку и парадигмы по кортежному признаку; информация о функциональной значимости знака. См. **Знаково-кортежная парадигматика, Знаково-референтная парадигматика**.

**Знаково-кортежная парадигматика** — область исследований актуализированного содержания сложного языкового знака с учетом заложенной в него типовой коммуникативной информации. (Стилистическая карта знака). См. **Знаковый кортеж, Знаково-кортежное содержание**.

**Знаково-референтная парадигматика** — область исследований актуализированного содержания сложного языкового знака в его предметной (тематической) направленности. (Языковая картина мира). См. **знаковый Референт, Знаково-референтное содержание**.

**Содержание синтагматическое** — информация о соотношении лексических единиц внутри сложного языкового знака (о коллокациях, речевых

ассоциациях), в единстве тематического именованя и стилевой адаптации синтагм под реальный кортеж; информация о практическом знании, которое несет знак. См. **Кортежная синтагматика**, **Референтная синтагматика**.

**Кортежная синтагматика** — область исследования линейного развертывания содержания языкового знака в его кортежной заданности. См. **Линия**, **Линейная организация содержания**, **Кортеж**, **Кортежное содержание**.

**Референтная синтагматика** — область исследований линейного развертывания содержания языкового знака в его номинативной заданности (см. *Знаковый референт*, *Знаково-референтное содержание*, *Линия*, *Линейная организация содержания*).

**Фактор** — причина длительного и направленного действия; тж. факторный процесс, факторная деятельность. См. **Причина**.

**Фактум** — результирующая причина, порождающая конкретные языковые феномены; тж. фактумная деятельность. См. **Причина**.

**Фрейм** — лингво-когнитивная единица; совокупность языковых элементов, обозначающих определенный аспект концептуального или акционального целого; структура знаний, отражающая стереотипные ситуации.

**Языковой знак** — слово, предложение, текст, газета, книга, собрание сочинений, вид словесности; дискретная, самостоятельно функционирующая единица речевой деятельности, характеризующаяся многоплановостью и цельностью, представленная в единстве формы и содержания, значения и значимости; объект лингво-семиотического исследования, поддающийся аналитическому и синтетическому изучению, проявляющий себя с позиций статики и динамики (структуры и функционального бытия), как самостоятельный элемент речевой коммуникации и языкового процесса.

В рамках КГТ рассматривается как информационный пакет, который имеет свою структурную, системную, иерархическую и линейную (то есть пространственную) организацию, обладающую самостоятельным референтным и знаково-референтным, кортежным и знаково-кортежным (то есть ограниченным временными рамками) содержанием; элемент языка, семантически структурированный в рамках октаэдра, определяющего направленность его системно-значимых отношений. Является одновременно знаком социального, интеллектуального (познавательного), языкового и речевого процессов, знаком языкового опыта и функционирования языка, знаком практической деятельности и коммуникации.

Представляется целесообразным выделение простых (слово, предложение/высказывание абзац/фраза) и сложных (текст, газета, журнал, книга) языковых знаков. В качестве критерия может быть предложена степень самостоятельности (многоплановость значения) и диапазон функциональных нагрузок (широта значимости) знака в речевой деятельности.