

УДК 8Р(06):151(06)
ББК 83я5:88.53я5

Е. В. Шалимова
Оренбургский государственный
педагогический университет

СПЕЦИФИКА ДИАЛОГА В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ: ТРЕХМЕРНАЯ КАРТИНА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

Рассматриваются особенности диалоговых взаимоотношений автора публицистического текста и его читателя. Диалог показан не как механический процесс передачи и восприятия информации соответственно, а как сложное взаимодействие адресанта и адресата публицистического текста, обусловленное рядом субъективных и объективных факторов, которые необходимо учитывать при изучении диалога. Внимание акцентируется на том, что диалоговые отношения посредством публицистического текста способны провоцировать читателя к ответным реакциям, пробуждать в нем собеседника, со-мыслителя, со-творца либо оппонента. Вводится понятие «наадресат» — третий участник диалога, который незримо присутствует в качественном публицистическом тексте. В роли «наадресата» выступают масштабные ментальные понятия и категории: бог, абсолютная истина, народ и т. д. Через «наадресата» выявляются определенные ценностные (морально-этические, нравственные) ориентиры автора публицистического текста. Учитывая третьего, незримого, участника диалогового взаимодействия, можно составить более полную и объемную картину взаимоотношений между создателем текста и его читателем.

Ключевые слова: диалог; монолог; публицистический текст; адресант; адресат.

E. V. Shalimova
Orenburg State Pedagogical University

SPECIFICS OF THE DIALOGUE IN A JOURNALISTIC TEXT: A THREE-DIMENSIONAL PICTURE OF RELATIONSHIPS

The article deals with peculiarities of dialogue-based relationships between the author of a journalistic text and the reader. The dialogue is represented not as a mechanic process of transmission and perception of information, but as complicated interaction between the addresser and the addressee of a journalistic text predetermined by a number of subjective and objective factors that should be taken into account when studying the dialogue. It is stressed that dialogue-based relationships in a journalistic text can encourage the reader to react, and thus become an interlocutor, a co-thinker, a co-creator, or an opponent. The author introduces the notion of «over-addressee» — a third invisible party in a dialogue in a high-quality journalistic text. The «over-addressee» is represented by universal concepts and categories, such as the God, the absolute truth, the people, and so on, which reveal particular values (moral and ethical ones) of the author of the journalistic text. With the third invisible party of the dialogue-based interaction taken into account, the picture of relationships between the author of a journalistic text and the reader becomes more complete and three-dimensional.

Keywords: dialogue; monologue; journalistic text; addresser; addressee.

Диалог, понимаемый как форма общения между людьми, неразрывно связан с процессом становления и развития общества, человеческой мысли и межличностного общения. На начальном этапе человеческих отношений он существовал в виде базовых смысловых конструкций. Затем смысловая нагрузка диалога усиливалась, и в античности он представлял собой удобную

форму для поиска истины, способ ответа на волновавшие человека вопросы. Диалог подразумевал полемику. Он стал выходить из бытовой сферы в общественную, политическую, способствовал разрешению спорных моментов окружающей действительности. Диалоговые отношения — это самосовершенствующаяся структура, которая усложняется вследствие усложнения человеческого сознания. Диалог находится в постоянном и непрерывном развитии, тем не менее, теоретические подходы к его изучению отечественные ученые стали основательно разрабатывать с начала XX в. Интерес к диалогу проявляют представители различных областей научного знания. Все они настаивают на необходимости изучения диалога для оптимизации процессов, происходящих в современном обществе, установления благоприятной ситуации плодотворного общения. Теоретики отмечают важность изучения диалога и диалоговых отношений для более глубокого понимания механизмов разного рода взаимодействий.

Специфика межличностной коммуникации и коммуникативные отношения между субъектами общения вызывают интерес у литературоведов, лингвистов (популярным становится новое направление — коммуникативная лингвистика), теоретиков журналистики. По мнению М. М. Бахтина, диалог и диалоговые отношения — «...почти универсальное явление, пронизывающее всю человеческую речь и все отношения и проявления человеческой жизни, вообще все, что имеет смысл и значение» [1, с. 51].

В процессе диалогового общения формируется сложная структура их взаимоинформирования, взаимопонимания, сотрудничества и организуется «...совместный поиск истины, совместный поиск решения и рождение у аудитории самостоятельной точки зрения» [7, с. 46]. Эти действия особенно актуальны в современном обществе, получившем определение «информационного», где во главу угла ставятся знания и информация соответственно. Одним из двигателей и распространителей информации в социуме являются диалоговые отношения. Они позволяют субъектам таких отношений обогащаться новыми знаниями, по мере необходимости корректировать личную позицию и, что особенно важно, рефлексировать, а также проявлять самостоятельную активность. Каждый субъект, задействованный в диалоговых отношениях, может являться адресантом (передающим сознанием) или адресатом (воспринимающим сознанием).

Удобное пространство для установления диалоговых отношений между адресантом и адресатом представляет собой публицистический текст, нацеленный на донесение до читателя общезначимой информации и одновременное воздействие на него. Публицистический текст не просто информирует читателя, а формирует в нем достойного собеседника, сомыслителя или оппонента. Подобное влияние на адресата публицистического текста не призвано разобщить аудиторию, наоборот, ставит своей целью разбудить ее, заставить мыслить. Диалог в таких условиях представляет собой одну из максимально плодотворных форм коммуникации и выполняет важную связующую функцию.

В последнее время особенно часто встречаются исследования проблем, связанных с взаимодействием адресанта и адресата в рамках публицистических текстов, изучаются возможности установления диалога с помощью текста, выявляются авторские интенции, особенности восприятия текста. Л. Р. Дускаева в своей работе «Диалогическая природа газетных жанров» рассматривает проблему диалогизации, как одного из фундаментальных признаков публицистических текстов, и выстраивает диалогическую концепцию жанропорождения [4]. Особый интерес к изучению коммуникативного аспекта публицистического текста проявляют теоретики Воронежского госуниверситета. Так, Е. С. Щел-

кунова исследует «встроенность» публицистического текста в процесс массовой коммуникации [12]. М. Ю. Горохов анализирует специфику взаимосвязи создателя публицистического текста с реальностью, его произведением и читателями [3]. Л. В. Кудинова концентрирует свое внимание на условиях эффективного диалога между автором публицистического текста и аудиторией [9]. Л. Е. Кройчик [8] и К. В. Тулупова [11] в своих исследованиях последних лет рассматривают дискурсивный аспект публицистического текста.

Традиционно исследователи представляют диалог в виде схемы: «автор/адресант — сообщение/текст — аудитория/адресат». Важно помнить, что эту схему не стоит воспринимать упрощенно как механический процесс передачи информации от субъекта к субъекту. На обоих «концах» данной цепочки находятся личности с индивидуальными, исключительными особенностями, неповторимыми интеллектуальными способностями. И отношения между звеньями данной цепочки представляют собой сложный механизм взаимодействия двух (и более) мыслящих сознаний. Автор (сознание передающее) направляет определенный смысловой код получателю (сознанию воспринимающему). Последний, в свою очередь, декодирует данное послание, постигая его смысл, принимая или отвергая полученное. Каждый из этапов данного процесса осложняется еще и тем, что сознание передающее априори не может быть идентично сознанию воспринимающему. Поэтому перед адресантом стоит непростая задача максимально адекватного донесения своего цельного сообщения. Так, автор, участвуя в диалоге, сталкивается с проблемой создания эффективного продукта; адресат, вступая в этот диалог, — с проблемой адекватного понимания, восприятия этого продукта. Естественно встает вопрос о способности автора вести диалог и о подготовленности аудитории к предлагаемому диалогу. Как бы точно, убедительно и ярко не выглядел текст, невозможно быть уверенным в том, что сознание воспринимающее поймет его верно, сможет трактовать текст в соответствии с авторской идеей. При таких условиях от адресанта, с одной стороны, зависит качество предлагаемого им сообщения, с другой стороны, недостаточно создать и передать сообщение. Эффективность этого сообщения будет определяться степенью восприятия информации адресатом. При адекватном восприятии текста создается благоприятная атмосфера для диалога. Именно такую атмосферу адресант стремится установить. Однако аудитория может оказаться абсолютно неподготовленной к пониманию текста, тогда все усилия автора окажутся напрасными. Именно поэтому в диалоговой цепочке важно учитывать не только намерения создателя текста, но и возможности противоположного участника диалога — аудитории. Именно потенциал адресата помогает правильно «раскрыться» тексту.

Согласно утверждению М. М. Бахтина, «...само понимание уже диалогично» [2, с. 290], т. е. на начальном этапе восприятия текста (когда еще не сформировано ответное послание) между адресантом и адресатом уже устанавливаются диалогические отношения. Данный тезис значительно расширяет диалоговые границы. Адресат, даже не вступая в формальный диалог, не давая ответ, является участником диалогических отношений. То есть, адресат, получив послание и поняв его смысл, оказывается погружен в атмосферу диалога. Необходимо учитывать справедливое замечание М. М. Бахтина о том, что «...диалогические отношения, конечно, отнюдь не совпадают с отношениями между репликами реального диалога — они гораздо шире, разнообразнее и сложнее» [2, с. 303]. Таким образом, отношения между репликами внутри диалога не стоит оценивать поверхностно, лишь по внешним характеристикам. В совокупности они представляют собой гораздо более сложное объединение смыслов.

В диалог может быть вовлечен и исследователь, прикоснувшийся к одному или нескольким текстам по одной теме. Знакомство с этими текстами может происходить спустя столетия после их создания, но все же и это будет диалог своего рода, общение, понимание, обсуждение через века. Эту мысль отстаивает М. М. Бахтин, считая, что «...понимающий (в том числе исследователь) сам становится участником диалога, хотя и на особом уровне (в зависимости от направления понимания или исследования)» [2, с. 305]. Итак, будучи незадействованным непосредственно в диалоге, исследователь проходит стадию понимания и реагирует на текст, посланный адресантом, даже находясь на большой временной дистанции.

Процесс понимания неразрывно связан с процессом изменения сознания — воспринимающее сознание, получив сообщение, трансформируется. Сознание аудитории постепенно меняется, в результате в тексте «наращиваются» новые смыслы; у аудитории рождаются соответствующие умозаключения. Этот процесс может быть неочевидным, но внутри него обязательно есть стадия «озарения». Это походит на диффузию, когда молекулы одного вещества проникают в другое при их непосредственном соприкосновении. Таким образом, процесс понимания — это сложный процесс проникновения информации в сознание адресата с последующим преобразованием данного сознания.

Наряду с понятием диалога в рамках исследуемого нами вопроса необходимо рассмотреть диалогические ресурсы, заложенные в монолог как иной форме речи. В узком смысле под монологом понимается языковое произведение, не рассчитанное на непосредственный отклик. Обычно оно противопоставляется диалогу. При рассмотрении монолога внимание акцентируется на его замкнутости, его смысловой завершенности, отсутствии оппонента или собеседника (но не отсутствии адресата). М. М. Бахтин указывает на то, что «...каждая реплика сама по себе монологична (предельно маленький монолог), а каждый монолог является репликой большого диалога (речевого общения определенной сферы)» [2, с. 296]. Такое представление монолога на фоне диалога помогает осознать панорамность и связанность двух, на первый взгляд, противоположных понятий. Идеи диалоговой природы монолога поддерживают многие исследователи. Г. Я. Солганик, например, замечает, что «...диалогичность наиболее явно эксплицируется в собственно диалоге как форме речи, но пронизывает и другую ее форму — монолог. Следовательно, диалогичность свойственна не только внешне диалогическим текстам, но и монологическим» [10, с. 124]. М. Ю. Горохов считает, что «...любой текст — научный, художественный, публицистический — это не монолог (независимо от того, кто выступает в качестве субъекта сознания, — отдельная личность или коллектив), но диалог, продолжающийся во времени и пространстве, — диалог с миром, диалог с самим собой, диалог с аудиторией» [3, с. 7]. Изучая этот вопрос, исследователи ссылаются на диалогическую природу речевого общения и слова как такового: «Языковое общение в принципе диалогично, более того, диалогичность — это форма существования языка и речи» [6, с. 11]. Аналогичной позиции придерживается М. М. Бахтин: «Любые два высказывания, если мы их сопоставим в смысловой плоскости (не как вещи и не как лингвистические примеры), окажутся в диалогическом отношении» [2, с. 296].

Итак, несколько высказываний, относящиеся к одной теме, наполненные схожими смыслами, находятся между собой в диалогическом взаимодействии. Взаимодействие становится заметным при намеренном сопоставлении этих высказываний. И их тема, смысл являются в данном случае объединяющим основанием.

Диалогические и монологические отношения наиболее наглядно можно рассмотреть на примере отдельных публицистических текстов. Мысль о диалогичности как фундаментальном свойстве публицистических текстов основательно проработала Л. Р. Дускаева [4].

Публицистический текст наделен рядом характерных признаков, среди которых одним из ведущих является диалог. Диалоговый потенциал заложен в самой природе публицистического текста, так как текст рассчитан на восприятие определенных сведений, мыслей, идей автора широкой аудиторией. Такое взаимодействие с аудиторией предполагает ведение активного диалога, что является одной из форм поиска истины. Публицистика — постоянный диалог с читателем. Публицистический текст — форма, в которой диалог может проявиться максимально ярко. Он способствует постоянной циркуляции актуальных тем и идей в обществе, развивая культуру диалога и самосознания социума (при циркуляции качественных публицистических текстов). Публицистический текст любого содержания оказывает влияние на общественно-политическую обстановку, является побуждающим фактором для развития мыслительных процессов в сознании каждого получателя данного текста. М. М. Бахтин замечает, что «...диалогические рубежи пересекают все поле живого человеческого общения» [2, с. 299], в соответствии с чем сложно переоценить значение диалога в публицистике.

Специфика диалогических взаимоотношений между адресантом и адресатом с помощью текста заключается в том, что всякое высказывание всегда имеет адресата, что автор ищет ответного понимания от этого адресата и организует текст таким образом, чтобы это понимание было максимально точным: «Инициатор речи в процессе речемышления вступает в диалог с предполагаемым реципиентом, моделируя его возможные реакции, адресат неизбежным образом также воздействует на адресанта» [4, с. 45]. Однако отношения между автором и аудиторией представляются исследователям более сложными. М. М. Бахтин, тщательно проследившая становление диалога в работе «Проблема текста в лингвистике, филологии и других науках», вводит понятие «наадресата», подразумевая под ним третье стороннее сознание. Оно является третьим, наряду с первым — адресантом и вторым — адресатом (непосредственными участниками диалога). Наадресат обладает «абсолютно справедливым ответным пониманием» [2, с. 305], он может выражаться в разных ипостасях: бог, абсолютная истина, народ, суд истории и т. д. [2].

Наадресат в диалоге всегда присутствует незримо, он играет роль ориентира для автора, совестливого читателя, строгого «контролера». Такой контроль (и, вследствие, — самоконтроль) помогает автору стройно организовать свой текст, сделать его более понятным и убедительным. Автор мысленно испытывает каждый новый тезис в тексте на предполагаемом адресате, при этом он пытается предугадать реакцию как адресата, так и наадресата. Наадресат «...стоит над всеми участниками диалога» [2, с. 306], он подразумевается в сознании автора. Бахтин замечает, что «...указанный третий вовсе не является чем-то мистическим или метафизическим (хотя при определенном миропонимании и может получить подобное выражение) — это конститутивный момент целого высказывания, который при более глубоком анализе может быть в нем обнаружен» [2, с. 306].

На наш взгляд, наадресат служит некой планкой, стремясь к которой, автор усерднее трудится над текстом, задумывается о последствиях своего текста, о возможных реакциях, которые могут быть спровоцированы. Незримое присутствие наадресата способствует выработке у автора внутренней шкалы ценностей, ответственному пониманию своих обязанностей как человека го-

ворящего и доносящего определенные смыслы до широкой аудитории. Как справедливо замечает Л. Г. Кайда, «...публицист в каждом своем выступлении предстает как личность с определенными морально-нравственными принципами», он обязан быть гражданином равнодушным и ответственным [5, с. 52]. Наадресат как раз активизирует гражданские качества публициста.

Такое триединое представление диалога, предложенное М. М. Бахтиным, создает трехмерную, объемную картину взаимоотношений внутри этого диалога. Трехмерность уводит нас от упрощенного, схематичного понимания процесса общения, что способствует более глубокому и основательному изучению взаимодействия сторон посредством текста.

Список использованной литературы

1. Бахтин М. М. Собрание сочинений : в 7 т. / М. М. Бахтин. — Т. 6 : Проблемы поэтики Достоевского. Работы 1960–1970 гг. — М. : Русские словари : Языки славянских культур, 2002. — 800 с.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / сост. С. Г. Бочаров, примеч. С. С. Аверинцев и С. Г. Бочаров. — М. : Искусство, 1979. — 423 с.
3. Горохов М. Ю. Автор как субъект высказывания : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / М. Ю. Горохов. — Воронеж, 2006. — 22 с.
4. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных жанров : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Л. Р. Дускаева. — Пермь, 2004. — 359 с.
5. Кайда Л. Г. Позиция автора в публицистике. Стилистическая концепция // Язык современной публицистики : сб. ст. / сост. Г. Я. Солганик. — 2-е изд., испр. — М. : Флинта : Наука, 2007. — 232 с.
6. Кожина М. Н. О диалогичности письменной речи : учеб. пособие / М. Н. Кожина. — Пермь : Изд-во ПГУ, 1986. — 91 с.
7. Кройчик Л. Е. Диалоговые ресурсы публицистических жанров / Л. Е. Кройчик // Жанровые метаморфозы в российской журналистике : тезисы IV Всерос. науч.-практ. конф., г. Самара, 18–19 марта 2010 г.. — Самара : Порто-принт, 2010. — С. 45–48.
8. Кройчик Л. Е. Публицистический текст как дискурс / Л. Е. Кройчик // Акценты. — 2003. — № 3–4. — С. 9–13.
9. Кудинова Л. В. Автор — текст — аудитория: проблемы диалога в публицистике : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Л. В. Кудинова. — Воронеж, 2009. — 22 с.
10. Солганик Г. Я. Основы лингвистики речи : учеб. пособие / Г. Я. Солганик. — М. : Изд-во МГУ, 2010. — 128 с.
11. Тулупова К. В. Интертекстуальность как особое свойство публицистического дискурса / К. В. Тулупова // Журналист. Социальные коммуникации. — 2011. — № 2. — С. 36–42.
12. Щелкунова Е. С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации: специфика и функционирование : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Е. С. Щелкунова. — Воронеж, 2005. — 195 с.

References

1. Bakhtin M. M. *Sobranie sochinenii* [Collected edition]. Vol. 6. Moscow, Russkiye slovari Publ., Yazyki slavyansikh kultur Publ., 2002. 800 p.
2. Bakhtin M. M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Esthetics of the written word] Moscow, Iskusstvo Publ., 1979. 423 p.
3. Gorokhov M. Yu. *Avtor kak subekt vyskazyvaniya. Avtoref. Kand. Diss.* [Author as the subject of an utterance. Cand. Diss. Thesis]. Voronezh, 2006. 22 p.
4. Duskaeva L. R. *Dialogicheskaya priroda gazetnykh zhanrov. Kand. Diss.* [Dialogical origin of newspaper genres. Cand. Diss.]. Perm, 2004. 359 p.
5. Kaida L. G. *Pozitsiya avtora v publitsistike. Stilisticheskaya kontseptsiya* [The author's point of view in opinion journalism. A stylistic conception] in Solganik G. Ya. (ed.) *Yazyk sovremennoi publitsistiki* [The language of the contemporary opinion journalism]. 2nd ed. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ., 2007. 232 p.
6. Kozhina M. N. *O dialogichnosti pismennoi rechi* [On dialogueness of the written language]. Perm, PGU Publ., 1986. 91 p.

7. Kroichik L. E. Dialogue resources of journalistic genres. *Zhanrovye metamorfozy v rossiiskoi zhurnalistike: tezisy IV Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, 18–19 marta 2010 g., g. Samara* [Genre metamorphoses in Russian journalism: synopses of the IV all-Russia's research and practice conference, March 18–19, 2010, Samara]. Samara, Porto-print Publ., 2010. Pp. 45–48 (in Russian).

8. Kroichik L. E. A journalistic text as discourse. *Aktsenty – Accents*, 2003, no. 3–4, pp. 9–13 (in Russian).

9. Kudinova L. V. *Avtor — tekst — auditoriya: problemy dialoga v publitsistike. Avtoref. Kand. Diss.* [Author – text – audience: problems of the dialogue in opinion journalism. Cand. Diss. Thesis]. Voronezh, 2009. 22 p.

10. Solganik G. Ya. *Osnovy lingvistiki rechi* [The basics of language studies]. Moscow, Moscow State University Publ., 2010. 128 p.

11. Tulupova K. V. Intertextuality as a specific feature of journalistic discourse. *Zhurnalist. Sotsialnye kommunikatsii – Journalist. Social Communications*, 2011, no. 2, pp. 36–42 (in Russian).

12. Shchelkunova E. S. *Publitsisticheskii tekst v sisteme massovoi kommunikatsii: spetsifika i funktsionirovanie. Kand. Diss.* [A journalistic text in the system of mass media: the specific character and functions. Cand. Diss.]. Voronezh, 2005. 195 p.

Информация об авторе

Шалимова Екатерина Викторовна — аспирант, кафедра журналистики, Оренбургский государственный педагогический университет, 460000, г. Оренбург, ул. Пушкинская, 18, e-mail: orenkaterina@yandex.ru.

Author

Shalimova Ekaterina Viktorovna — PhD student, Dep-t of Journalism, Orenburg State Pedagogical University, 18 Pushkinskaya st., 460000, Orenburg, Russia, e-mail: orenkaterina@yandex.ru.