

0-787258

*На правах рукописи*



**ДОЛГОВА Елена Викторовна**

**ДИСКУРСИВНЫЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ  
РЕЧЕВОГО ЖАНРА «ПОРТРЕТ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА»  
(на материале русского и английского языков)**

Специальность 10.02.19 – теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Москва 2010

Работа выполнена на кафедре английской филологии  
ГОУ ВПО «Орловский государственный университет»

**Научный руководитель**

кандидат филологических наук, доцент  
Пастухов Александр Гаврилович

**Официальные оппоненты**

доктор филологических наук, профессор  
Базылев Владимир Николаевич

кандидат филологических наук, доцент  
Павлова Елена Касимовна

**Ведущая организация**

ГОУ ВПО «Волгоградский  
государственный университет»

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000675909

Защита состоится 24 ноября 2010 года в 11.00 часов на заседании диссертационного совета Д 850.007.08 при Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования города Москвы «Московский городской педагогический университет» по адресу: 123459, г. Москва, Малый Казенный пер., д. 5Б, зал заседаний диссертационного совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования города Москвы «Московский городской педагогический университет» по адресу: 129226, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный проезд, д. 4.

Автореферат разослан

« 20 » октября 2010 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета

Н.В. Лягушкина

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Особая роль средств массовой информации в современном мире заключается в наличии определённой системы взаимоотношений человека с окружающей действительностью. Данная сфера занимает значимое пространство: от простого описания фактов и событий до попыток внесения изменений в восприятие адресатом того или иного фрагмента внеязыковой действительности. Существование широкого репертуара речевых жанров, функционирующих в современных средствах массовой информации (далее – СМИ), и их жанрово-стилистическое разнообразие нередко приводят к возникновению гибридных форм, включающих в себя элементы самостоятельных жанров, и как результат, требующих выработки новых теоретических подходов в определении жанра.

Термин «жанр», наряду с другими основополагающими лингвистическими понятиями, прочно вошёл в лингвистический обиход. Введение его в область лингвистических исследований определяется постоянным интересом исследователей к единицам выше уровня предложения, а именно: предтекстового и текстового уровней, хотя экстраполяция понятия «жанр» из области теории литературы в область лингвистики не всегда оказывается оправданной и бесспорной.

Существенными параметрами любого текста являются, как известно, принадлежность его к определённому стилю и жанровая оформленность. Наряду с разработкой литературных жанров, в лингвистике последних лет активно развивается теория речевых жанров, которая, по мнению В.В. Деметьева, поставила понятие речевого жанра в ряд центральных теоретических конструктов и одновременно сформировала одно из ведущих направлений изучения речи / коммуникации последней трети XX – начала XXI вв. – жанроведение (генология, генристика).

Проблема речевого жанра, фундаментально разработанная в трудах М.М. Бахтина, находится в центре внимания лингвистов и представляет собой направление, объединяющее в себе самые разные подходы [Арутюнова 1984, Федосюк 1997, Долинин 1999, Кожина 1999, Матвеева 2000, Борисова 2002, Карасик 2002, Вежбицка 2007, Шмелёва 2007, Деметьев 2008, Седов 2009, Чернявская 2009]. Так или иначе, термин «жанр» утвердился в лингвистической науке и распространился на нехудожественные тексты, трактуемые в данном исследовании как исторически сложившиеся, устойчивые разновидности разнообразных речевых произведений, обслуживающих различные сферы человеческой деятельности.

Необходимость приложения термина «жанр» к различным классам нехудожественных текстов и дискурсов обусловлена тем, что в самом понятии «жанр» имплицированы признаки подчинения и разделения. Иными словами, всякий жанр несёт в себе двойственную информацию об определённой сфере человеческой деятельности, в рамках которой он

сложился и существует, задачам и требованиям которой он непосредственно подчиняется. Кроме того, жанр содержит в себе информацию о специфическом круге задач, свойственных только ему, в отличие от других жанров, бытующих в данной сфере человеческой деятельности.

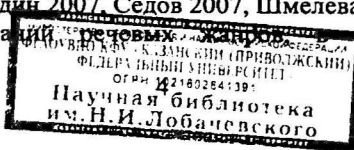
В сути дискурсно-жанровой модели членения коммуникативного пространства [Седов 2009] заключено проявление дискурсно-жанровой мотивированности, характеризующейся активным привлечением в перечень исследования основных параметров жанра категории «дискурса».

В современной лингвистической науке при определении термина «дискурс» в работах отечественных и зарубежных учёных [Арутюнова 1998, Шейгал 2000, Карасик 2002, Макаров 2003, Седов 2004, ван Дейк 1989, Viber 1989, Swales 1990] сложилась традиция, в рамках которой под *дискурсом* понимается целостное речевое произведение в многообразии его когнитивно-коммуникативных функций. Существенным является также и то, что главным признаком дискурса можно считать его *текстовую сущность* в сочетании с экстралингвистическими моментами, важными для его адекватного понимания.

Социально-прагматическая концепция дискурса, охватывающая типологию сфер общения и коммуникативных ситуаций, базируется на противопоставлении личностно-ориентированного (персонального) / статусно-ориентированного (институционального) типов дискурсов. Очевидно, что указанные разновидности нуждаются в более дробном членении, сочетающем в себе представления о специфике той или иной социальной сферы общения и индивидуальных особенностях языковых личностей, принимающих участие в интеракции. Возможность такой дифференциации даёт система единиц жанроведения, где в качестве центральной категории выступает категория «речевой жанр», за счёт чего сама теория речевых жанров в последнее время конституировалась в одно из активно развивающихся направлений языкознания, хотя специфика жанровых модификаций применительно к отдельным типам дискурса изучена ещё недостаточно.

Вышеизложенное определяет **актуальность** темы исследования, которая обусловлена, прежде всего, возрастающей ролью коммуникативно-деятельностного подхода к языку, а также необходимостью осмысления новых речевых жанров, возникающих в границах определённых типов дискурсов. Дискурсивно-моделирующая рамка описания речевого жанра в течение последних десятилетий находится в русле актуальной лингвистической проблематики, а само жанроведческое направление предполагает многоаспектное и многомерное рассмотрение целого блока тем, связанных с необходимостью изучения особенностей их функционирования [Демешкина 1997, Федосюк 1997, Гынгазова 2001, Вежбицка 2002, Салимовский 2002, Гольдин 2007, Седов 2007, Шмелева 2007 и др.].

Дефицит исследования речевого жанра актуальности, функцио-



нирующих в дискурсе СМИ, подтверждает предположение о том, что существующие жанрово-речевые модели необходимо дополнить новыми параметрами с учётом априорного знания о дискурсе для получения специфических, дискурсивно-ориентированных моделей.

**Объектом** исследования данной работы является речевой жанр «портрет делового человека» (далее – ПДЧ) в дискурсе СМИ, характерно отражающий репертуар жанров печатной журналистики и анализируемый в данной работе на материале русско- и англоязычных деловых журналов. Обращение к исследованию журналистских жанров позволяет воспользоваться накопленным научным и научно-практическим опытом отечественных исследований [Тертычный 2006; Ким 2005] с целью получения представлений о реальном функционировании языка в данной сфере, выяснении соответствия жанрово-речевого комплекса той сфере деятельности, в которой этот жанр выступает основным средством типологизации высказывания, являющийся поэтому своеобразным «языковым опытом общества» [Бахтин 1986].

**Предмет** исследования составили коммуникативные и дискурсивные особенности, тематическая структура, текстовые явления лексического, словообразовательного, синтаксического, интертекстуального уровней в организации речевого жанра ПДЧ.

**Материалом** исследования послужили тексты печатных и электронных русско- и англоязычных бизнес-журналов за 1993-2007 гг. на CD-ROM, ресурсы полнотекстовых статей издательского концерна «EBSCO Publishing», материалы сети Интернет. На основе систематизации материала и его качественного анализа были эксплицированы 142 русских и 138 английских журналистских портретов.

**Гипотеза** исследования состоит в том, что «портрет делового человека» представляет собой актуальное жанровое образование, сочетающее в себе общие черты институционального дискурса (дискурса СМИ) и выступающее одной из часто используемых форм медийной коммуникации. В реализации жанра ПДЧ активно используются механизмы создания имиджа успешного делового человека на основе его специфических структурных и прагмалингвистических особенностей, которые выявляются в реализации его функций: коммуникативной, информативной, прагматической, эмотивной и др.

**Цель** данного диссертационного исследования состоит в определении жанрового своеобразия ПДЧ в дискурсе СМИ как актуальной разновидности институционального дискурса.

Для достижения указанной цели необходимо решение следующих практических задач:

1. выявление оптимальных теоретических подходов для понимания сущности жанра и способов его моделирования;
2. изучение общих и частных закономерностей функционирования речевых жанров в институциональном дискурсе;

3. установление оснований для классификации текстов по жанровому признаку (в рамках существующих типологий текстов);

4. описание функционирования речевого жанра ПДЧ в дискурсе СМИ в русском и английском языках;

5. выявление основных конститутивных признаков речевого жанра ПДЧ и рассмотрение его лингвистических, информационных и культурологических особенностей.

**Теоретико-методологическую базу исследования составили работы по проблемам:**

- теории дискурса (Н.Д. Арутюновой, Т.А. Ван Дейка, М.Р. Желтухиной, В.И. Карасика, А.А. Кибрика, М.Л. Макарова, А.В. Оляница, М. Пёше, П. Серио, Е.И. Шейгал и др.);
- функциональной стилистики (И.Р. Гальперина, М.Н. Кожинной, В.И. Провоторова, Э.Г. Ризель, Ю.М. Скребнева и др.);
- жанроведения (М.М. Бахтина, В.Е. Гольдина, В.В. Дементьева, Е.А. Земской, М.Н. Кожинной, М.Ю. Федосюк, В.Е. Чернявской, Т.В. Шмелёвой и др.);
- интертекстуальности (И.В. Алещанова, И.В. Арнольд, Р. Барта, М.М. Бахтина, И.Р. Гальперина, Ю. Кристевой и др.);
- лингвокультурологии (Т.В. Бондаренко, Е.В. Васильевой, О.А. Дмитриевой, В.И. Карасика, С. Сендеровича и др.).

**В ходе исследования применялись следующие методы:**

- *дискурсивного анализа*, исследующего степень и характер действия различных факторов коммуникативно-речевой деятельности, ситуативного контекста и широкого экстралингвистического фона, в их влиянии на формирование языковых закономерностей определённого класса текстов (жанра);

- *жанрового моделирования*, использующего описание различных явлений и процессов на основе воспроизведения свойств, связей, тенденций развития отдельных групп текстов, оценки их состояния и прогнозирования, выявления их типичных и специфических черт;

- *функционального анализа* языковых фактов, предполагающего изучение языковых единиц с точки зрения их роли в процессе формирования и выражения мысли, концепции, композиции, жанра, обеспечивающих исследование не собственно статических свойств языка, а именно динамики процесса текстообразования (целей, условий, ситуации коммуникации и т.п.);

- *анализа текстов на базе корпусов*, включающего на этапе сбора материала формирование, рубрикацию, индексирование и последовательную обработку значительных по объёму фрагментов текстов (корпусов), объединённых в соответствии с целями и задачами исследования и ограниченных в жанровом и хронологическом отношении.

**Научная новизна** работы заключается в определении главных и факультативных характеристик речевого жанра ПДЧ в русской и английской

лингвокультурах, в выделении особенностей этого жанра в дискурсе СМИ, описании репертуара языковых единиц, которые манифестируют данный жанр в его актуальном функционировании на рубеже XX–XXI вв.

**Теоретическая значимость** диссертационного исследования заключается в определении новых, существенных черт жанра с позиций современного языкознания, базирующихся на принципах антропоцентризма и экспансионизма (разумного расширения границ лингвистической науки), функционализма (изучения языка в действии), а также изучения связей речевого жанра ПДЧ со сложной иерархией различных знаний, определяющих порождение и восприятие текста отдельного жанра (знание о ситуации, социальные, культурологические знания и т.п.). Исследование в теоретическом плане дополняет существующие представления об «использовании языка» в реальных формах речевого общения, с акцентом на динамических аспектах, детерминирующих разнообразие процессов дискурсивации и механизмов текстообразования.

**Практическая ценность** исследования состоит в том, что его основные выводы и положения могут быть использованы в процессе преподавания ряда лингвистических дисциплин в языковых вузах: лингвостилистики, интерпретации текста, а также спецкурсов по проблемам теории текста и дискурса, социолингвистики, лингвокультурологии и т.д. Работа имеет выход в практику обучения и преподавания русского и английского языков, в процесс формирования различных видов языковой компетенции, в частности, жанровой компетенции обучаемого, т.е. активной способности к различению и продуцированию текстов с осознанной ориентацией на стандарт стиля и жанра.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Сопоставление комплекса речевых средств создания портрета в дискурсе СМИ в русском и английском языках позволяет адекватно описать динамику функционирования «портрета делового человека» (ПДЧ) как самостоятельного речевого жанра.

2. ПДЧ в системе художественно-публицистических жанров отражает устойчивый характер функционирования особых композиционных типов, играющих в исследуемом жанре особую роль в распределении предметно-тематических и функционально-прагматических характеристик.

3. Речевой жанр в дискурсе СМИ оптимально может быть описан при помощи специальной модели, которая включает в себя: коммуникативные и содержательные характеристики, форму и способ представления материала, хронотоп, цели и стратегии, типовых участников, языковые характеристики и т.д.

4. Представление о личности конкретной социальной группы (бизнес-сообщества), формирующееся на основе специфических характеристик вербального поведения и обладающее чертами социального статуса, позволяет сформировать обобщенный образ-типаж, несущий одновременно характерные лингвокультурные коннотации.

**Апробация работы.** Основные теоретические положения и выводы, содержащиеся в диссертации, изложены и обсуждены на конференциях: «Журналистика и медиаобразование – 2008» в Белгородском государственном университете 25-27 сентября 2008 г., «Языки для специальных целей и профессиональная коммуникация в изменяющемся мире» 26 февраля 2009 г. в Орловском государственном институте искусств и культуры.

Результаты исследования отражены в 7 публикациях, в том числе в сборниках научных конференций: «Языковая личность: проблемы статуса и формирования» (Воронеж 2007), «Современные проблемы взаимодействия языков и культур» (Благовещенск 2008), в научном журнале «Иностранные языки в высшей школе» (Рязань 2009), а также в Вестнике Пятигорского государственного лингвистического университета, рекомендованном ВАК Министерства образования и науки РФ (Пятигорск 2009).

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, библиографического списка, включающего 191 источник на русском и 24 источника на иностранных языках, приложения, включающего в себя списки иллюстративного материала на русском и английском языках.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновываются актуальность темы исследования, его научная новизна, теоретическая и практическая значимость, обозначаются предмет, объект, научная гипотеза, цель и задачи, методы и теоретико-методологическая база исследования, излагаются положения, выносимые на защиту, содержатся сведения об апробации его результатов.

В **Первой главе** – «Теоретические основы функционирования речевых жанров в дискурсе средств массовой информации» – даётся обзор теоретических положений классификации речевых жанров, предпринимаются попытки определения критериев институционального дискурса и рассмотрения реализации речевых жанров в дискурсе СМИ. Представлен вопрос о соотношении понятий «дискурс» и «жанр», приведены определения понятия «речевой жанр». В качестве центрального вопроса характеризуется проблематика современного отечественного и зарубежного жанроведения, рассматриваются основные положения теории речевых жанров, определяется место речевого жанра «портрет делового человека», его общие и частные свойства в системе жанров речи в русском и английском языках.

Необходимость определения речевого жанра как «относительно устойчивого тематического, композиционного и стилистического типа высказываний (текстов)» представляется важным с точки зрения определения соотношения понятий «первичный/вторичный речевой жанр». Известно, что портрет функционирует в различных сферах общения и может не совпадать по объёму с текстом, выступая лишь его составной частью. По мысли М.М. Бахтина, вторичные речевые жанры «возникают в условиях более

сложного и относительно высокоразвитого и организованного культурного общения (преимущественно письменного) – художественного, научного, общественно-политического. В процессе своего формирования они вбирают в себя и перерабатывают различные первичные жанры, сложившиеся в условиях непосредственного речевого общения» [Бахтин 1986].

В современном лингвистическом жанроведении сложилось несколько направлений решения данной проблемы. В одном из них, наиболее близком идеям М.М. Бахтина, предполагается, что вторичные речевые жанры онтологически производны от первичных, так как их отличает сфера функционирования или стилистическая обработка [Арутюнова 1981; Орлова 1997]. Другие учёные вторичными речевыми жанрами называют тип текстов, прежде всего диалогических, структурным элементом которых выступают первичные речевые жанры. Все речевые жанры они делят на «элементарные» и «комплексные» [Федосюк 1976], «простые» и «сложные» [Баранов 1997], не отрицая при этом понимания жанра как системно-структурного феномена.

Мы придерживаемся первого направления и считаем, что первичные и вторичные речевые жанры отличает сфера функционирования; первичные речевые жанры рождаются в спонтанной разговорной речи, а вторичные подвергаются той или иной стилистической обработке в письменной речи [Губаева 1994; Сидорова 2003]. Под влиянием особых прагматических факторов обработки складываются определённые функционально-стилистические варианты речевых жанров, позволяющие считать «портрет делового человека» функционально-стилистическим вариантом персонифицированного речевого жанра. При этом термин «персонифицированный жанр» выступает как сложное образование, в центре которого находится личность (сравн.: *автобиография, словарно-энциклопедическая статья, литературный портрет, творческий портрет в критике* и т.д.).

В процессе обработки теоретического материала выявлено различное использование понятия «портрет» в парадигме современных наук. Так, в качестве самостоятельной жанровой формы выделяют литературный портрет, который является разновидностью мемуаров, определяемых как «повествование в форме записок от лица автора о реальных событиях прошлого, участником или свидетелем которых он был» [Симонова 2002]. Литературный портрет соотносится также с жанром дневника, документально-исторического очерка, научной биографии и автобиографии и др.

Исследование портрета до сих пор продолжает оставаться прерогативой литературоведения, так как общеизвестны сложившиеся традиции художественного портретирования человека в разных жанрах литературы, особенно в прозе. Вместе с тем в современной прагматилистике и лингвистическом жанроведении уже сформировалось достаточно чёткое представление о портретировании как универсальной форме текстовой репрезентации человека, характерной для разных сфер общения. Широкое представление о портрете как жанре, способном соответствовать коммуникативным целям и

задачам различных видов речевого общения, определяет «портрет человека» как речевой жанр, выходящий за пределы художественной литературы [Карнаухова 2000; Коньшина 2001; Седова 2002; Сидорова 2005; Леорда 2006].

Следует однако отметить языковой портрет говорящего, так называемый языковой паспорт, т.е. «информацию, которую человек «автоматически», бессознательно сообщает окружающим о себе» [Стернин 2001]. В этом случае при составлении портрета учитываются пол, возраст, профессия человека, место рождения, уровень образованности, культурной и коммуникативной грамотности, соблюдение речевого этикета.

Разграничение речевого и текстового портрета обуславливает необходимость выявления «совокупности письменных и устных выступлений общественного деятеля, которые характеризуются индивидуальными лексико-грамматическими и психологическими особенностями», в то время как текстовый портрет «формируется как результат восприятия письменно зафиксированного «общения» деятеля с реципиентами» [Карнаухова 2000]. Феномен речевого портрета в «значительной степени обеспечивает узнаваемость деятеля (восприятие его не как посторонней недосягаемой личности, но как соседа, друга и т.п.)» [Мягкова, Сазонова 2000].

А.Г. Баранов в частности, при исследовании дискурсивного портрета лидера, использует когнитивно-прагматический метод в исследовании и воссоздаёт портрет главным образом по результатам текстовой деятельности, т.е. через анализ массива текстов политического лидера, выделяя группу текстов определённого речевого жанра, наиболее типичную для этого политика.

В психолингвистике характер и структура ассоциативных портретов успешно реконструируются на основе ассоциативно-соматологического портрета. «Соматологический портрет является некоторой исходной точкой отсчета, позволяющей отграничивать своих от чужих, приписывая и тем, и другим соответствующие характеристики. Соматологические портреты являются опорными точками, помогающими ориентироваться в предстоящих состояниях дел и ходах «событий», которые «обсуждаются» в процессе межличностного / межэтнического общения» [Бедретдинова 2002].

В данном исследовании мы трактуем «портрет делового человека» как вторичный речевой жанр, функционирующий в дискурсе СМИ, который представляет собой разновидность институционального дискурса, фиксируя важнейшие характеристики статусно-ориентированных участников общения, типичные хронотопы, условия и способы общения, коммуникативную среду, мотивы, цели, стратегии и т.п.

Во **Второй** главе – «Портрет делового человека» в русском и английском языках» рассматривается место речевого жанра ПДЧ в системе журналистских жанров, выделяются основные свойства жанра, которые определяют уровни анализа с позиции интегрального подхода для его описания, анализируются текстовые, лингвистические а также интертекстуальные

особенности исследуемого речевого жанра на материале русского и английского языков.

Анализ эмпирического материала показал, что реально функционирующие в дискурсе СМИ жанры, не дают самостоятельного представления о жанровой структуре, так как определённые элементы, составляющие его структуру, определяются, не самой системой жанров речи. В журналистике существует самостоятельная система жанров, включающая информационную, аналитическую и художественно-публицистическую видовые группы, объединяющие множество элементов, используемых в жанровом структурообразовании. Подход к жанру в этой системе близок, скорее, к подходу литературоведческому, чем лингвистическому. Критерии определения жанров в журналистике (предмет отображения, целевая установка, методы отображения, языковые формы изложения материала) [Тертычный 2006] хотя и содержат некоторые существенные для лингвистики категории, однако являются скорее руководством для журналистов в выработке рабочего подхода к отображаемой реальности.

Лингвистические контуры портрета, как жанра периодического издания, определены ещё недостаточно чётко. Основным жанровым признаком в журналистике и лингвистике средств массовой информации являются тематические аспекты: концентрация на личности или жизненном пути [Schöfthaler 1997], описание известного или, по меньшей мере, интересного человека и т.п. Посредством формальных признаков «портрет» определяется как «особая форма репортажа» или как жанр с «близостью к репортажу или интервью» [Müller 2002]. Портрет может быть всем: соединением репортажа и интервью, сообщения или заметки [Lorenz 2002]. В зависимости от типа презентации материала портрет занимает промежуточную позицию между фактом и мнением, между объективным и субъективным. По понятным причинам выяснение инвариантных текстовых признаков жанра в этом случае затруднено.

Считаем, что теория речевых жанров представляется весьма продуктивной методологической базой исследования современных жанровых реализаций ПДЧ. Подобно различным направлениям в исследовании журналистских текстов, векторы развития теории речевых жанров разнонаправлены, их многоаспектность позволяет проводить некоторые параллели, удобные для выстраивания соотношения понятий.

Речевой жанр ПДЧ может иметь соответствующие корреляции с традиционными журналистскими жанрами, функционирующими в дискурсе СМИ. В современном дискурсе СМИ «портрет делового человека» и собственно жанры периодической печати обнаруживают три важных вида соотношений:

1. В реализации журналистского жанра показаны отдельные элементы ПДЧ, не являющиеся доминирующими (*биографический комментарий об участнике интервью, герое информационной заметки*).

2. Журналистский жанр не представляет портрета в чистом виде, поэтому может быть осложнен функцией представления лица (*личные письма, различные виды интервью, беседы*).

3. ПДЧ является вариантом, прагматилистической реализацией журналистского жанра; в этом случае текст портрета совпадает с текстом данного жанра (*очерк, интервью, объявление, резюме*).

Таким образом, ПДЧ выступает как комбинированный речевой жанр, характерный для дискурса СМИ, являющийся одной из интенсивно развивающихся форм массовой коммуникации, характеризующейся обращённостью к человеку, к различным сторонам его жизни.

Личности, изображаемые в СМИ, представляют собой своеобразный социокультурный феномен, в котором черты портретируемых и ракурсы их описания варьируются в зависимости от коммуникативных установок авторов, специфики жанра, образа журналиста-адресанта, степени его объективности и субъективности, выбора полемиического или критического ключа, предложения доминирующей интенции автора. Проведённый анализ показывает, как в СМИ реализуется интенция на изображение собирательной личности, а также то, как жанр портрета «работает» в сфере массовой коммуникации, адаптируясь к её специфике. Изучение текстов деловой качественной прессы продемонстрировало также наличие ряда специфических языковых и стилистических характеристик, на основе которых формируется своеобразие исследуемого дискурса: документализм, фактологичность, оперативность, знаковость, актуальность, открытость авторской позиции, интерактивность и дискурсивность и т.п.

Для современного состояния дискурса СМИ показательна разноплановость подходов к уровням их анализа. Выделение основных свойств текста, определяющих уровни анализа с позиций интегрального подхода в его описании, предполагает учёт таких параметров, как:

- **коммуникативная природа** – включённость в контекст коммуникации и функционирование его в виде целостного продукта речемыслительной деятельности отправителя, предназначенного для восприятия её другими участниками;
- **соотнесённость** с широким социально-деятельностным контекстом, определяющим функциональное назначение текста;
- **информативность**, связанная с передачей сообщения в соответствии с замыслом автора;
- **функционально-целевая детерминированность** – подчинённость системе коммуникативных целей автора-отправителя, которые получают в тексте эксплицитное выражение по законам данной культуры и языка;
- **наличие особой схемы построения**, которая организует порядок следования и характер организации предложений, формирующих текст;
- **конвенциональность языкового оформления** – соблюдение принятых в обществе норм композиционно-стилистического оформления текстов с учётом их жанровой принадлежности.

Многообразие портретных описаний объясняется сложной системой коммуникативных, смысловых, композиционных типов, выступающих как модель речевого жанра портрета в СМИ. Жанровое моделирование предполагает поэтапный и поаспектный анализ репрезентации коммуникативных и дискурсивных категорий, обобщение полученных результатов в виде прагматических и содержательных характеристик портрета, их объединение в систему на основе связей и формального взаимодействия.

Общие взаимосвязи жанра ПДЧ показаны на рис. 1

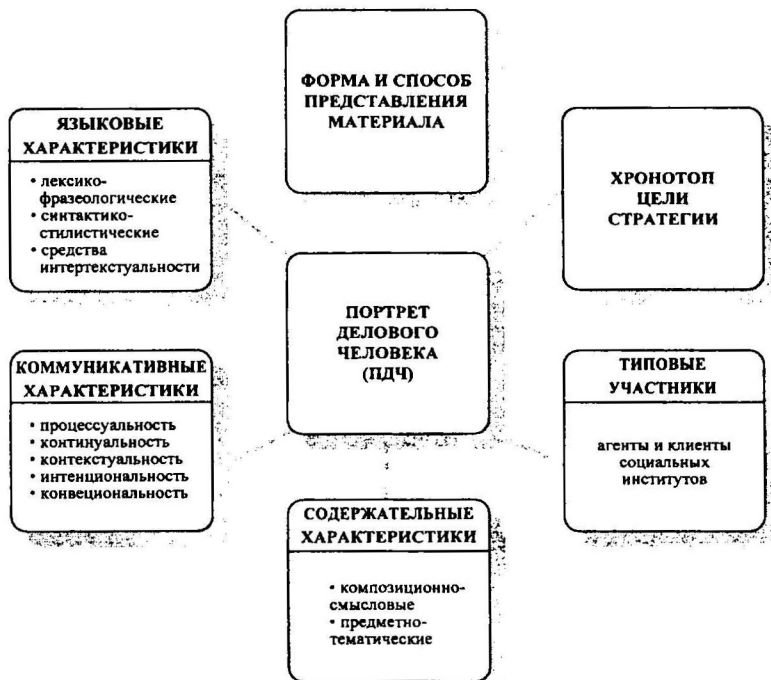


Рис. 1. Дискурсивно-коммуникативная модель речевого жанра ПДЧ

Указанные параметры описания речевого жанра ПДЧ представляют собой таким образом некие универсалии, позволяющие обобщить эмпирический материал в инвариантную *дискурсивно-коммуникативную модель речевого жанра ПДЧ*. Другой возможностью исследования жанров СМИ является описание конкретных текстов жанра ПДЧ, функционирующих в дискурсе СМИ русского и английского языков.

Коммуникативные характеристики ПДЧ имплицитно выражают категорию автора, адресата, коммуникативную интенцию, континуальность,

контекстуальность, конвенциональность жанра. Для жанра ПДЧ в значительной степени характерны приёмы изложения, когда автор выступает как репортёр, летописец, художник (функция информирования), реже – как аналитик и исследователь (аналитическая функция), в наименьшей степени – как полемист и иронист (критическая функция). Наиболее типичным для портрета является образ автора, который можно охарактеризовать как полифонический собирательный и многосубъектный. Если для художественной литературы характерна лишь иллюзия того, что герой произведения показан с разных сторон, то для ПДЧ в СМИ важна действительно принадлежащая говорящему (реально существующему человеку) точка зрения. При этом в роли говорящего может выступать сам журналист, третье лицо (от наиболее близкого портретируемому человека до стороннего наблюдателя), а также сам портретируемый. В целом типичный образ адресата складывается на основе обобщённого представления аудитории определённого вида издания, или ограниченного круга читателей в совокупности, или в лице интересующегося той или иной личностью человека. Для портрета могут быть свойственны также образы нападателя, которые дают возможность обратиться к тексту за пределами данной коммуникативной ситуации.

С позиции типовых участников общения речевой жанр ПДЧ представлен базовой парой участников коммуникации – журналиста и читателя, предусматривающей их общение с позиции принадлежности к определённой социальной группе, отражающей институциональный характер такого вида коммуникации. Журналист как представитель определённого печатного органа действует в рамках концепции, предписанной редакцией. Можно считать, что взаимодействие между представителем института и гражданами является своеобразной проекцией отношений между объектами институционального воздействия.

В ходе изучения ПДЧ были выявлены два направления *тематического развёртывания*: профессиональные качества и индивидуальные особенности личности находят воплощение в вербальных и невербальных средствах экспликации. Доминантными микротемами в английском корпусе речевого жанра ПДЧ являются: *свойства личности: a top-ranked player, an outsider, a team player, a leader, makes no secret of; профессия, род занятий: the largest clubmaker, a leading provider, the world's biggest investor, chief executive, the largest shareholder, a billionaire magnate, chairman; характеристика деятельности: to hit up contacts, to run the company, to put the dream to work, to make his first million, to take his first step, to make the decisions, to start his own business, to hit the road, to buy control; общественная атмосфера: His country was inhospitable to a scrappy metals entrepreneur (Forbes. – 15.03.2004). But in his native England Green's swift rise to riches has been greeted with tepid enthusiasm (Forbes. – 13.12.2004).*

Для русскоязычных текстов наиболее показательными стали ряд микротем, основу которых составляют: *характеристика деятельности:*

*делать бизнес, основать компанию, контролировать, возглавлять, неуклонно подниматься в должности, всю жизнь работать, выбрать правильную стратегию, попробовать себя, делать первые шаги, ходить на «стрелки»; профессия, род занятий: успешный менеджер, крупный предприниматель, исполнительный директор, учредитель, владелец, основатель, коммерсант, честный производитель; свойства личности, характер: профессиональный, ответственный, адекватный, понимающий, немногословный, прислушивается к сотрудникам, отличается доброжелательностью, нравится быть победителем, самолюбивый, карьерист.*

В большинстве исследованных текстов неотъемлемой чертой тематического развертывания стали указание на внешний вид, увлечение, историю профессионального становления, личную жизнь портретируемого: Напр.: 1) *молодой человек в разноцветных джинсах, кричащей майке и с какими-то непонятными украшениями по всему телу* (Эксперт. – №36 (530). – 2.11.2006). *Со временем Якушенко трансформировался в успешного пиарщика. И, чтобы «соответствовать», стал ездить на «кадиллаке», думать, какие часы надеть, – «и не дай бог перепутать рубашку!»*. Хотя на самом деле любимый и проверенный временем стилевой компонент – *вельвет во всех проявлениях* (Карьера. – №6(69). – 24.06.2004). 2) *Born in poverty, he, with his wife and her younger brother, started the company in 1938 in a tiny room. He got his first big break by building a light bulb socket that also had a plug in it for other electric devices* (Forbes. – № 3. – 2.02.2004).

Формат публикации об успешном деловом человеке (портрет), с одной стороны, имеет чёткую структуру подачи и размещения материала, а, с другой – очевидные и подвижные границы между структурными компонентами. В ряде случаев речь идёт о слиянии структурных элементов в жанре ПДЧ: заголовок семантически и синтаксически связан с лидом (или подзаголовком), либо находится с ним в отношениях взаимодополняемости.

Для русско-, и англоязычных текстов исследуемого жанра в одинаковой степени характерно использование комбинированных типов лида, среди которых наиболее частотными являются: **резюме-вопросы, репрезентативно-цитатные**. Ср.:

### ИГРОК

*Герман Стерлигов – второй по хронологии миллионер России. Что он приобрел и что потерял в большом бизнесе и в большой политике? Почему большому городу предпочел уединение? Во всем этом пытался разобраться корреспондент «Эксперта» на хуторе под Можайском* (Эксперт. – № 21. – 2006)

## THE KINGMAKER

*Terry McAuliffe has reinvented the rules of fund raising and shattered all records, and he has become rich along the way. Is he the poster boy for reform?* (Time. – 6.11.1995)

### HOW TO INSULT AN ADVERTISING MAN

*WHAT does the world's most famous advertising man do when he is deposed in a boardroom mutiny and decides not to accept the humiliating sinecure offered him as an alternative? Maurice Saatchi turned to Britain's best-known PR man, Sir Tim Bell, his former lieutenant at Saatchi & Saatchi, to make sure that he went in style* (Economist. – 7.01.1995).

### ВЕЧНАЯ МОЛОДОСТЬ МАРТИНА ШАККУМА

*21 сентября председателю комитета Госдумы по промышленности, строительству и наукоемким технологиям Мартину Шаக்குму исполнится 55. «Круглый отличник», – шутят многочисленные друзья и коллеги юбиляра... (Элита общества. – №9(26). – 2004).*

Структура текста показательно отражает распределение релевантной информации. Для большей части проанализированного корпуса характерна подача материала в расчленённом виде, причём в большей степени данная тенденция отмечается в русскоязычных изданиях. В экономическом еженедельнике «Деньги» издательского дома «Коммерсантъ», деловом издании «Эксперт», помимо эксплицитного членения основного корпуса текста на абзацы, активно используются шрифтовые выделения и разделения, позволяющие отразить основную тематическую направленность в изложении материала. Напр.: *О себе, О людях, О страстях* (Эксперт. – №4(4). – 14.06.2007). В «Бизнес-журнале» часто используется контекстно-вариативный принцип построения текста, где авторская речь в разных формах чередуется с передачей «чужой речи».

Использование обширного набора образных языковых средств является важным условием создания эффектного изображения личности. Механизмы семантической и структурной детализации и использование соответствующих языковых средств выступают не изолированно, в их пересечении, взаимодействии. На лексическом уровне наиболее частотными являются такие средства стилистического выделения как метафора, метонимия, сравнение, аллюзия, реминисценция, цитация и др. Говоря об идентификации в текстах ПДЧ стилистического приема *аллюзии*, следует отметить, что аллюзия выступает в тексте как элемент, функция которого состоит в указании на связь данного текста с другими текстами или же отсылке к историческим, культурным и биографическим фактам. Такие элементы можно считать маркерами или репрезентантами аллюзии, а тексты и факты действительности, к которым осуществляется отсылка, – денотатами аллюзии [Гальперин 2004; Арнольд 1999]. В исследуемых текстах были отмечены их следующие разновидности:

1. **Литературные цитаты-реминисценции**, имена персонажей, названия произведений и т.д.: «*Полковник наш рожден был хватом...*» (Деньги. – № 32(487). – 22.08.2008), «*Бессребреник серебряного века*» (Деньги. – № 32(487). – 22.08.2008), «*Блеск и нищета административного ресурса*» (Компания. – № 73. – 17.08.2001).

2. **Изменённые высказывания** учёных, политиков, деятелей культуры и т.д.: «*Олигарх не олигарх, но человек он в Лебеядни заметный*» (Компания. – № 73. – 17.08.2001)., «*Коммунизм в банке «Пионер» Калоев так и не построил*» (Деньги. – № 32(487). – 22.08.2008).

3. **Библеизмы** (факты, имена, фразы из Ветхого и Нового Завета): «*Окрестился в православную веру, отпустил бороду и воспитывает своих пятерых детей по заветам Евангелия*». (Деньги. – № 36(491). – 19.09.2004), «*Свобода – это рабство во Христе. Это единственно возможная свобода. А деньги – просто независимость*» (Деньги. – № 36(491). – 19.09.2004).

4. **Цитаты**, в т.ч. трансформированные, из популярных песен: «*Милый мой бухгалтер*» (Компания. – № 177. – 20.08.2001).

5. **Изменённые названия** теле- и видеофильмов, фразы из популярных фильмов и телепрограмм, рекламы: «*каска-шоу*», «*Господин соблазнитель*» (Бизнес-журнал. – № 14. – 19.07.2005), «*Рождённый депрессией*» (Компания. – № 23. – 15.08.2001).

6. **Трансформированные крылатые выражения**: «*Контора шьёт*» (Компания. – № 23. – 15.08.2001).

Из примеров видно, что вертикальный контекст в прессе выстраивается из элементов т.н. «массовой культуры», что обусловлено ориентацией данной сферы общения на массового адресата. Следует отметить, что последнее нередко сказывается на качестве аллюзий: для того, чтобы разгадать аллюзийный ребус, нужно понять смысл аллюзии и знать её источник.

Тем не менее, для текстов речевого жанра ПДЧ и бизнес-прессы в целом характерны сложно построенные, эстетически привлекательные, насыщенные глубоким смыслом аллюзии. Они чаще всего многофункциональны, так как «раздвигают временные рамки и расширяют культурное пространство текста, обогащают его смысловыми и эмоциональными оттенками, создают предпосылки для возникновения у читателя разнообразных ассоциаций, служат средством выражения оценки или используются для усиления аргументации» [Пьеге-Гро 2008: 205]: *Вот туда-то и направился Савва «во младых летах с премальом капиталом родительского имения». Побывав в Венеции, Испании, Франции, он осел в Стамбуле, где «купеческий дом девять лет под обороной непобедимого французского короля имел»* (Деньги. – № 36 (487). – 22.08.2004. – с.43).

В формировании образного представления о человеке немаловажную роль играют образные средства, в частности, *метафора*. При описании деятельности делового человека нередко проводятся аналогии с игрой: *to control the game, to carry the ball*, где также просматривается социальная

характеристика (главенствующий, управляющий ситуацией). Метафоричное изображение *the consummate second banana*, помимо экспрессивной, ироничной коннотации, содержит указание на место лица в социальной иерархии (находящийся на вторых ролях, заместитель шефа).

В Третьей главе – «Информационные и культурологические аспекты речевого жанра ПДЧ» – определены коммуникативные и культурологические особенности речевого жанра ПДЧ, показаны экстралингвистические детерминанты функционирования ПДЧ в дискурсе СМИ, описаны PR-стратегии, применяемые для формирования имиджа успешного делового человека, выделены социально-статусные характеристики ПДЧ, предложен стандарт лингвокультурного типажа делового человека в русском и английском языках.

Значительную роль в формировании имиджа именно успешного человека играют СМИ, которые являются неотъемлемой частью PR, т.е. отношений с общественностью. Вот почему неотъемлемой составляющей в формировании привлекательного имиджа делового человека в СМИ становится грамотно разработанная PR-стратегия, которая выступает в качестве средства манипулирования массовым сознанием и помогает добиться больших успехов в сфере предпринимательства и в карьере.

Портретирование человека с точки зрения типичного представления отдельной личности конкретной социальной группы выступает узнаваемой по специфическим характеристикам чертой вербального поведения и социального статуса: *Ольга Миримская решила, что лучше достичь взаимопонимания со старым руководством предприятий, чем полностью менять его. Из руководителей был уволен только директор МПК Михаил Леонтьев: "он был противником каких бы то ни было изменений в управлении"*. (Компания. – №97. – 20.01.2000)

Многочисленные примеры ПДЧ в русском и английском языках показывают, что «деловой человек» – это обобщенный образ-типаж, который имеет положительную коннотацию и обретает специфические социальные характеристики: лицо, наделённое властью (работодатель): *Сейчас у меня работают два сына моего тренера Колышевой Елены Борисовны и невестка. Они год назад сюда переехали, обратились, и я с удовольствием их взял* (Деньги. – №183. – 2006). В большинстве случаев деловой человек занимает высокое социальное положение (руководитель, управляющий): *Павел Устименко управляет компанией, которая занимается страхованием в авиакосмической области. Когдаходишь в его приемную, то видишь три кабинета, на каждой двери – табличка с фамилией Устименко* (Деньги. – №41(496). – 2004) или обладает значительными финансовыми средствами: *К своему основному бизнесу – четвертой по величине в России парфюмерной фабрикой, ежемесячный оборот которой оценивается в \$5 – 6 млн, Горяев добавил еще и Омский завод синтетических моющих средств* (Компания. – №47. – 15.12.1998). Стандартный стиль (манера поведения, общения)

закрепляется не только в общественном, но и языковом сознании с использованием типичного набора лексических средств: *О взаимоотношениях с подчиненными она говорит так: "Они обладают всеми необходимыми полномочиями, но если я принимаю решение, то никто не может его оспорить"* (Компания. – №97. – 20.01.2000)

В **Заключении** обобщаются результаты и подводятся итоги исследования, намечаются перспективы исследования. Поставленные задачи относительно выяснения жанровой природы «портрета делового человека» и особенностей его функционирования в свете теории речевых жанров решаются на основе выработки ключевых параметров описания, формирующих инвариантную модель любого жанра речи, релевантную также и для ПДЧ: типовые участники, форма и способ представления материала, содержательные признаки, хронотоп, цели и стратегии, языковые характеристики и т.п.

Данное исследование в качестве моделирующего предполагает в перспективе дальнейшее изучение жанрово-речевой специфики на примере различных дискурсов. Схема движения от эмпирического знания дискурса – к выявлению его особенностей – служит основанием для выработки рабочих подходов в новых исследованиях и может быть представлена как основа «методики поиска частных методик».

Основные положения и результаты диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора:

**Научные статьи, опубликованные в ведущих российских периодических изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ:**

1. Долгова, Е.В. Средства интертекстуальности в речевом жанре «портрет делового человека» [Текст] / Е.В. Долгова // **Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета**. – Пятигорск: Центр информационных и образовательных технологий ПГЛУ, 2009. – № 1. – С. 274-278. (0,5 усл. п. л.).

**Статьи, опубликованные в сборниках научных трудов и периодических изданиях**

2. Долгова, Е.В. Социально-статусные характеристики в речевом жанре «Портрет делового человека» [Текст] / Е.В. Долгова // **Языковая личность: проблемы статуса и формирования: Сб. мат-лов Всерос. науч.-практ. конф.** – Воронеж: АНО МОК ВЭПИ, 2007. – С. 67-71. (0,25 усл. п. л.).

3. Долгова, Е.В. PR-стратегии в формировании имиджа успешного делового человека (на материале публикаций журнала Forbes) [Текст] / Е.В. Долгова // Современные проблемы взаимодействия языков и культур: Мат-лы междунар. науч.-практ. конф. – Благовещенск: Изд-во Амурск. гос. ун-та, 2008. – С. 122-126. (0,5 усл. п.л.).

4. Долгова, Е.В. "Портрет" в жанровом пространстве журналистских текстов [Текст] / Е.В. Долгова // Журналистика и медиаобразование – 2008: Сб. тр. III Междунар. науч.-практ. конф. – Белгород: БелГУ, 2008. – С.191-196. (0,3 усл. п.л.).

5. Долгова, Е.В. Текстовые и дискурсивные характеристики в речевом жанре "Портрет делового человека" [Текст] / Е.В. Долгова // Языки для специальных целей и профессиональная коммуникация в изменяющемся мире: материалы «круглого стола». – Орел: ОГИИК, 2009. – С. 32-34. (0,2 усл. п.л.).

6. Долгова, Е.В. Прагматическая реализация категории автора в речевом жанре «Портрет делового человека» [Текст] / Е.В. Долгова // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. / Отв. ред. А.Г. Пастухов. – Вып. 7. – Орел: ОГИИК, ООО ПФ «Оперативная полиграфия», 2009. – С. 98-106. (0,4 усл. п.л.).

7. Долгова, Е.В. «Портрет делового человека» как медиатекст: дискурсивные и жанровые аспекты [Текст] / Е.В. Долгова, А.Г. Пастухов // Иностранные языки в высшей школе. – Выпуск 4 (11). – Рязань: РГУ, 2009. – С. 72-81. (в соавторстве, авторские 0,35 усл. п.л.).



Отпечатано в ООО «Издательство «Перспект»  
119606, г. Москва, пр-т Вернадского, д. 84, корп. 2

Подписано в печать 20.10.2010. Тираж 150 экз. Усл.-печ.л. 1,25



