Ворожбитова О. А., д-р філол. наук (Росія)

УДК 81'276.6'42: 659.4 (045)

Лінгвориторичні основи дослідження дискурсивних процесів та формування поліетносоціокультурно-освітнього простору в аспекті PR-діяльності професійної мовної особистості

З позицій лінгвориторичної (ЛР) парадигми як інтегративного дослідницького підходу у філологічній науці в аспекті зв'язків з громадськістю розглянуті проблеми вивчення та формування дискурсивних процесів як динамічних компонентів поліетносоціокультурно-освітнього простору (ПЕСКОП) в інформаційному режимі його функціонування. Стосовно до PR-діяльності фахівця конкретизована категорія професійної мовної особистості як сильної мовної особистості діалогічного, демократичного, полікультурного типу, що володіє високим рівнем сформованості інтегральної ЛР компетенції (проект НДР № 6.3660.2011, МОіН РФ).

Ключові слова: *лінгвориторична (ЛР) парадигма, дискурсивні процеси, поліетносоціокультурно-освітній простір (ПЕСКОП), PR-діяльність, професійна мовна особистість, лінгвориторичний ідеал.*

С позиций лингвориторической (ЛР) парадигмы как интегративного подхода в филологической науке [1; 2], в рамках исследовательской программы Сочинской ЛР школы [3; 4] выполняется комплексное изучение дискурсивных процессов в российском социокультурно-образовательном пространстве XIX–XXI вв. [5; 6; 7; 8]. В указанном концептуальном поле, в том числе с учетом разработанной категории ЛР идеала [9], является плодотворным изучение также специфики PR-деятельности как актуального дискурсивного процесса современного полиэтносоциокультурно-образовательного пространства (ПЭСКОП) и ее субъекта как профессиональной языковой личности особого типа. Данная проблема важна не только в теоретическом, но и в образовательно-прикладном аспекте, в плане коммуникативно целесообразного, эффективного и этически ответственного формирования системы воздействующих на общественное языковое сознание дискурсивных процессов. Последние выступают с позиций ЛР подхода в качестве динамических вербализованных компонентов полиэтносоциокультурно-образовательного пространства (ПЭСКОП), которые рассматриваются в информационном режиме его функционирования, с учетом диалектического соотношения глобального инварианта и национальной специфики.

Анализ публикаций, посвященных связям с общественностью, или Public Relations (PR), с позиций ЛР парадигмы был предпринят, в частности, в работе О. Скулкина [10] (в сопоставлении с рекламным дискурсом). Дискурс PR представляет собой вид институционального дискурса (оппозиция «персональный / институциональный» применительно к типам дискурса раскрыта в работе В. Карасика [11]), основными участниками которого являются: 1) представители института, или *агенты;* 2) обращающиеся к ним *клиенты*, например, компания, размещающая рекламное объявление; 3) потенциальные *потребители*. Дискурс PR, в отличие от рекламного, преследует цели не только коммерческие, но и значимые в социально-этическом плане [12, 81]. Наряду с чисто лингвистическими факторами как сугубо «технологическими», основополагающую роль в дискурсе PR играют риторические категории этоса, логоса и пафоса (нравственно-философское, словесно-логическое и эмоциональное начала речи), образующие замкнутую трехчленную систему [10]. В морально-нравственном аспекте в PR-деятельности доминируют основные властно-стратегические цели данного типа дискурса, к которым относят доверие, лояльность, а также позитивность имиджа и репутации [12]. Названные качества, формируемые дискурсом PR в сознании коллективного реципиента (целевой аудитории), определяют *этос* данного типа дискурса. *Пафос* PR-дискурса реализуется посредством широкого спектра средств выразительности на всех языковых уровнях для целенаправленного воздействия на реципиента в аспекте формирования положительного имиджа и репутации заказчика кампании. Специфику *логоса* в аспекте конструирования текста PR-кампаний как разновидности массовой коммуникации создает контаминация устной, письменной, печатной словесности в сочетании с визуальной составляющей, в роли которой могут выступать фотографии, иллюстрации или видеоряд [10]. Таким образом, Сочинской ЛР школой акцентировалась риторическая составляющая дискурса PR, однако до настоящего времени не формулировались на системной основе установочные положения комплексного ЛР исследования PR-деятельности в аспекте динамики дискурсивных процессов, формирующих ПЭСКОП, а также с позиций разработанной нами категории профессиональной языковой личности.

© ***Ворожбитова О. А., 2013***

Цель статьи – раскрыть теоретико-методологические основы ЛР исследования дискурсивных процессов и формирования ПЭСКОП в аспекте PR-деятельности профессиональной языковой личности.

Материалом исследования послужили тексты, отражающие практику PR-деятельности, Федеральные государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (для бакалавриата, магистратуры), научные источники. Исследовательский инструментарий комплексного сопоставительного изучения дискурсивных процессов в ЛР парадигме включает следующие *методы*: *общенаучные* – системного анализа, категоризации понятий, моделирования, количественного анализа, синергетический и др.; *филологические*: контекстного, описательного, структурно-семантического, когнитивного анализа; стилистический, дистрибутивный, герменевтико-интерпретационный и др. (в зависимости от конкретики анализируемого текстового материала); метод применения трех групп универсальных ЛР параметров (этосно-мотивационно-диспозитивных, логосно-тезаурусно-инвентивных, пафосно-вербально-элокутивных) рассмотрения речемыслительных феноменов, дискурсивных процессов и их продуктов – текстовых массивов. В аспекте *теории и методики профессионального образования* методами исследования явились наблюдение и анализ продуктов педагогической деятельности, анализ учебных программ, программно-методических материалов, продуктов учебной деятельности студентов, педагогическое проектирование; тестирование, опросы, интервьюирование, педагогический эксперимент.

В рамках определения базовых понятий исследования уточним в их взаимном соотношении два ряда смежных понятий: пространственного характера (пространство социокультурно-образовательное / информационное / дискурсивное / коммуникативное пространство) и процессуального (процессы информационные / дискурсивные / коммуникационные). Термины *информационное пространство, дискурсивное пространство, коммуникативное пространство* фиксируют разные аспекты рассмотрения, изучения и формирования **социокультурно-образовательного пространства** (СКОП), которое выступает по отношению к ним как общее к более частным. Если речь идет об одном национальном государстве (локальный аспект), под СКОП фактически подразумевается *этно*социокультурно-образовательное пространство (ЭСКОП). В случаях многонациональных государств в сложное взаимодействие вступают различные этнокультурные компоненты: при доминирующей роли государственного языка титульной нации в динамику и качественные характеристики дискурсивных процессов вносят вклад национальные языки остального населения. В этом случае в качестве объекта исследования выступает фактически *полиэтно*социокультурно-образовательное пространство (ПЭСКОП). В масштабах планеты данная разновидность представляет, тем не менее, локально-государственный аспект – в соотношении с глобальным характером ПЭСКОП всего мирового сообщества. С опорой на работу [13, 10–17] дадим следующее определение: **этносоциокультурно-образовательное пространство** представляет собой самоактуализирующийся в данный культурно-исторический и конкретный социально-политический период *континуум материальных условий, ментальных установок, типичных государственно-политических, финансово-экономических, этносберегающих, социальных, культурнопросветительских и образовательных стратегий общества и результатов их реализации в области воспроизводства этноса, культуры и государственности в новых поколениях*. Его сущностными признаками выступают *целенаправленность, преобразовательный характер, внутренняя противоречивость, кумулятивность, детерминированность, разноуровневость, динамичность, пространственно-временная принадлежность* [13, 11–12], *глокализационный характер*. Структурообразующим ядром ЭСКОП являются механизмы взаимодействия культуры и образования, в качестве остальных структурных компонентов выступают этническая база, социокультурная ориентированность, функции (смыслообразующая, культурно-просветительская, трансляционная, коммуникативная, нормативно-регулятивная, образовательно-развивающая, адаптивная, защитная и др.), генерирующие системы (-СМИ, образовательные структуры, семья, политические и социальные группы и т. д.), процессы (социокультурные, образовательные [13, 12], дискурсивные, коммуникационные.

С позиций ЛР парадигмы неким социолингвистическим «швом», возникающим на стыке взаимодействий в системе «Этнос – государство – социум – культура – образование», обеспечивающим существование (ПЭ)СКОП, выступает *речемыслительная культура общества*, которое предстает как «коллективная языковая личность этноса» или – в случае многонационального государства на определенной стадии его исторического развития – «совокупная языковая личность этносоциума» (например, «советская языковая личность» в доперестроечную эпоху). Отметим, что со сменой политического строя трансформируется *ЛР картина мира*, т. е. широкий, но ограниченный определенными рамками репертуар индивидуальных стратегий восприятия действительности и ее мыслеречевой интерпретации, реализуемых в конкретных дискурс-практиках и дискурс-ансамблях институциональных типов дискурса, а также заданный рече-

мыслительный горизонт всей совокупности прочтений, порождаемой текстами «семиотического тела» данного дискурс-универсума. В определенных политических ситуациях (революционный переворот, приход к власти оппозиционной партии и др.) меняются базовые дискурс-этимоны, на основе которых осуществляются парадигматика, синтагматика и эпидигматика дискурсивных процессов как компонентов ПЭСКОП. Деформируется этнокультурно и исторически обусловленная ЛР картина мира, что специфическим образом воздействует на состояние «органов ментального зрения» совокупной языковой личности этносоциума, которая начинает видеть именно то и так, как это угодно властным структурам [2]. Как указывает Г. Почепцов, смысловая война, в отличие от информационной, изменяет всю модель мира, работает со всем населением, долговременно, выстраивая новые когнитивные механизмы [14]; в данном контексте речь идет о смысловой войне между странами, когда есть «ментальный агрессор» и объект нападения. В случае политического переворота внутри государства смысловая война формируется как речемыслительный аналог гражданской войны. В дискуссионном плане уточним противопоставление *двух типов войн: информационная / смысловая* – следующим рассуждением: т. к. смысловая война также является информационной (новые смыслы – это, прежде всего, новая информация, но с указанием на ее высшее качество в аспекте степени глубинности, на уровне сущностных признаков репрезентируемых явлений), то можно говорить о *двух типах информационных войн*: 1) «поверхностного типа» – без изменения смысловых компонентов картины мира коллективной языковой личности массового реципиента, т. е. базовых дискурс-этимонов как ценностных суждений, лежащих в основе (по аксиоматическому принципу) актуальной ЛР картины мира как дискурс-универсума; 2) «глубинного типа» – с изменением последних.

В свете вышеизложенного, понятие и термин **информационное пространство** фиксирует аспект вновь сообщаемых новых сведений – *рематическую* составляющую того или иного текста, шире – дискурса (текст в совокупности с экстралингвистическими факторами, мыслимый как процесс, по Н. Арутюновой), еще шире – «ЛР картины мира» как иерархии ценностных суждений на базе культурных концептов (топосы) и связей между ними (топы как структурно-смысловые модели), формирующей дискурс-универсум, в котором функционирует коллективная языковая личность этноса, и, соответственно актуального ПЭСКОП. Термин **дискурсивное пространство** фиксирует *всю тема-рематическую организацию* ПЭСКОП, все его вербализованное содержательно-смысловое наполнение, учитывает всю систему текстовых массивов, образующих дискурс-практики и дискурс-ансамбли на уровне их рассмотрения в совокупности с экстралингвистическими факторами, в статике (синхрония) и динамике (диахрония). Термин **коммуникативное пространство** отражает персонализированный срез общения в рамках ПЭСКОП на различных уровнях в разных сферах: межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной, научной и др. Так как зачастую данные термины, как и охарактеризованные ниже, употребляются как синонимы, такая дифференциация способствует большей четкости и последовательности в конкретике анализа.

В терминологической триаде «информационные / дискурсивные / коммуникационные процессы» отражены разные срезы динамики существования ПЭСКОП. В первом случае в режиме его функционирования акцентированы **информационные процессы** непрерывного поступательного движения вновь генерируемых содержательно-смысловых цепей, перманентное круговое наращивание инвентивных звеньев в каркасной схеме традиционных топосов и топов. Во втором случае выделяется динамический аспект формирования дискурсивного наполнения ПЭСКОП: иерархии индивидуальных, групповых, социостратных, социальных, региональных дискурс-практик, их совокупностей как дискурс-ансамблей, всего сконструированного из них дискурс-универсума ЛР картины мира национального макродискурса в данный культурно-исторический период функционирования коллективной языковой личности этноса. То есть понятие **дискурсивные процессы** подразумевает, что все текстовые массивы в совокупности с экстралингвистической информацией рассматриваются в процессуальном плане как дифференцированные и одновременно взаимодействующие и зачастую теснейшим образом переплетающиеся; данное понятие передает динамический аспект существования ПЭСКОП. Понятие **коммуникационные процессы** фиксирует аспект взаимодействия между продуцентами и реципиентами дискурса – непосредственного (контактного) или опосредованного (дистантного – в пространственном или временном отношении).

По мнению ученых, термин «PR» подразумевает изучение коммуникативного пространства социума, реализуемого посредством видов и форм массовой коммуникации сквозь призму коммуникативно-информационных каналов (согласно Н.Н. Оломской, медиадискурс является частью дискурса PR в целом; это весьма широкая трактовка, под которую можно подвести любой масс-медийный дискурс). Последние исследуются с точки зрения способов и форм передачи информации, с помощью которых происходят процессы ее создания, распространения, обмена и хранения на базе современных информационных технологий и новейших техниче-

Інформаційне суспільство. Випуск 18. 2013. [За матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції «Зв'язки з громадськістю в економіці та бізнесі»]

ских средств [15, 111–114]. В целом дискурс PR представляет собой «единую знаковую систему», «комплекс высказываний, выполняющих определенные прагматические, социокультурные, психологические коммуникативные задачи посредством целенаправленного социального действия в рамках взаимодействия индивидуумов, оказывающих влияние на формирование когнитивных процессов социума» [15, 111]. Применительно к PR-деятельности двухкомпонентная структура традиционного коммуникативного круга (адресант и адресат) меняется на трехчленную: *клиент* и *агенты* как расчлененный адресант и *потребитель* PR-информации как адресат. Речемыслительная деятельность в сфере PR, объективированная в форме различных дискурс-практик, от обезличенно-типизированных до индивидуальных, предстает в качестве *активного дискурсивного процесса современного ПЭСКОП в информационном режиме его функционирования* по транслированию в диалектическом соотношении глобального и локального ценностей и смысловых инноваций различной степени креативности [14], привлекательных для коллективного реципиента, в целях обеспечения коммуникативного эффекта. В качестве сущностных признаков данного дискурсивного процесса, с опорой на работу [12, 84–85], укажем следующие: дискурсивный процесс в сфере PR сопряжен с той или иной коммуникативной стратегией, интенционально прозрачен в то же время многослоен (наличие эксплицируемой для адресата и имплицитной интенций); репрезентирует смыслы, идеи, образы, ценностные ориентиры в качестве интерфейса; содержит, наряду с эксплицитной, имплицитную информацию (контекст, подтекст, смысловой потенциал); выступает носителем эмоционально-энергетического заряда, сгущением социальной и психологической энергии; включен в широкое пространство культурно-исторических коммуникаций, в диалог разных поколений.

Схематическое изображение аспектов PR-коммуникации с позиций ЛР парадигмы, фиксирующее ведущие компоненты и позиционные проекции их семиотического взаимодействия, представлено на Рисунке 1. В роли продуцента PR-дискурса, языковой личности[1], выступает «креативная группа», в которую входят: а) опосредованный продуцент – заказчик PR-кампании (автор «технического задания» и критериальная инстанция при обсуждении вариантов и пробных версий проекта); б) непосредственные продуценты – агенты: организаторы (имплицитный продуцент) и исполнители (эксплицитный продуцент) PR-кампании, которые конструируют и транслируют имидж заказчика, внедряя его в массовое языковое сознание на уровне коллективной языковой личности реципиента. В «креативную группу» входят в качестве инварианта непосредственные продуценты контента и его визуального сопровождения. Благодаря PR-группе частью образа жизни массовой аудитории становится тот или иной «товар» (как в прямом смысле – реклама, так и в переносном – PR-кампания), при этом заказчик может проявлять ту или иную степень участия в творческом процессе или вообще устраниться. В роли языковой личности[2] выступают потенциальные реципиенты – целевая аудитория заказчика и агентов. В схеме имплицитно присутствуют следующие *силовые линии психоэнергетического взаимодействия*: 1. По уровням структуры языковой личности: 1) ассоциативно-вербальная сеть языковой личности[1] (продуцента PR-дискурса, «агента», формирующего социальный имидж «клиента») ассоциативно-вербальная сеть языковой личности[2] (реципиент PR-дискурса, массовый потребитель услуг «клиента»); 2) тезаурус языковой личности[1] тезаурус языковой личности[2]; 3) прагматикон языковой личности[1] прагматикон языковой личности[2]. 2. По уровням дискурса / текста как ЛР конструкта: 1) денотативные ходы на базе формируемой инвентивной сетки: Логос языковой личности[1] Логос языковой личности[2]; 2) модусно-коннотативные вливания в рамках диспозитивного каркаса и его элокутивного наполнения: Этос языковой личности[1] Пафос языковой личности[1] Этос языковой личности[2] (рецепция) Пафос языковой личности[2] (репродукция, продукция).

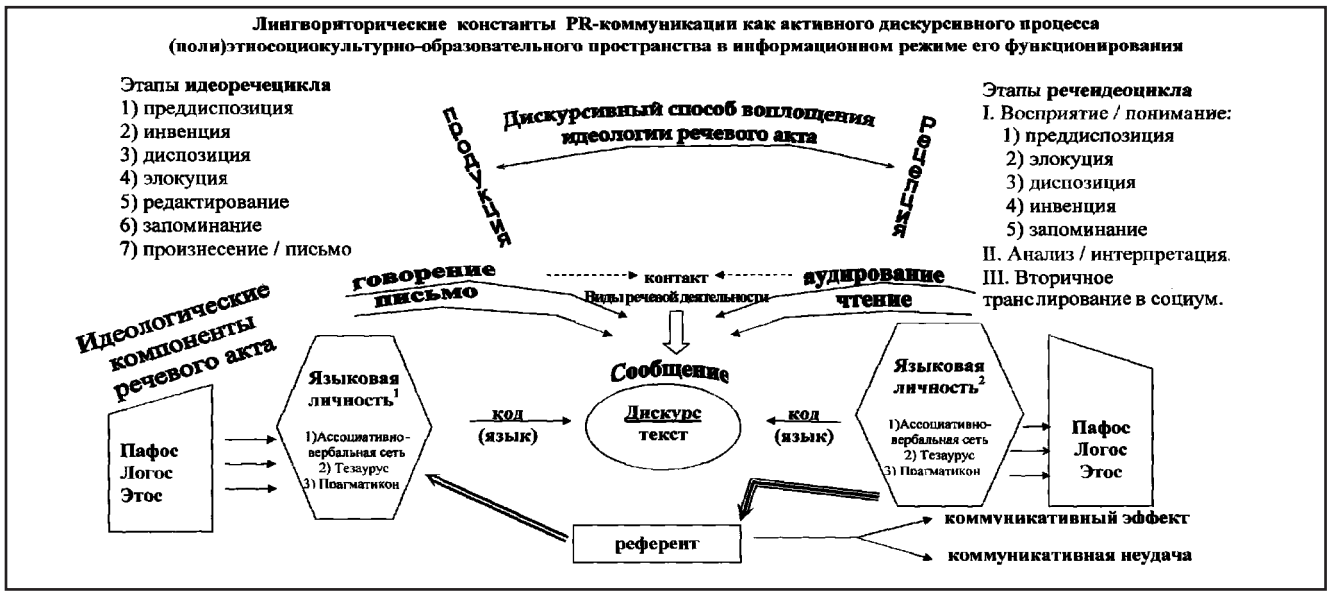
Для перехода в плоскость теории и методики профессиональной подготовки будущего специалиста в области PR-деятельности далее представим *общую типологию профессиональной языковой личности*. На первом уровне ее дифференциации, с позиций принадлежности к той или иной сфере социокультурной коммуникации, различаются:

1.1) нефилологические сферы самореализации профессиональной языковой личности (юриспруденция, экономика, менеджмент, администрирование, делопроизводство, медицина, педагогика и др.); для представителей данных сфер необходимо практически владеть словом как ведущим инструментом профессиональной деятельности, осуществляемой в сфере общения с большим количеством людей;

1.2) филологическая сфера самореализации профессиональной языковой личности (филология как наука, преподавание учебных предметов филологического цикла на разных образовательных ступенях, библиотечное дело, журналистика, реклама и PR-технологии, создание литературных произведений разных жанров и др.); для представителей данных областей необходимы не только образцовая речевая практика, но и владение теоретико-методологическими основами речемыслительной деятельности вообще и конкретно в профессиональном аспекте [16].

В рамках Сочинской ЛР школы понятийно разработаны такие типы собирательной языковой личности, фиксирующие обобщенного продуцента дис-

Рисунок 1.
Лингвориторика коммуникативного круга как речемыслительная база формирования (поли)этносоциокультурно-образовательного пространства в системе дискурсивных процессов (аспект PR-деятельности профессиональной языковой личности)



курса, как коллективная языковая личность этноса, совокупная языковая личность этносоциума, советская языковая личность, языковая личность россиянина, языковая личность вождя-концептоносителя; региональная, групповая, этносоциостратная языковая личность, а также коллегиальная – для обозначения обобщенного продуцента дискурса, формирующего вербализованный аналог определенной области знания [17]. Постулируемая нами с позиций ЛР парадигмы *институциональная языковая личность специалиста в области рекламы и PR* рассматривается как особый тип профессиональной языковой личности, функционирующей в сферах коммуникационных процессов и формирования общественного мнения; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирования в рыночной среде; продвижения имиджа и бренда организации, предприятия, фирмы, компании, территории и др. Идеальная модель такого специалиста фиксирует систему сущностных признаков: сильная языковая личность диалогического, демократического, поликультурного типа, демонстрирующая высокий уровень сформированности интегральной ЛР компетенции (включая три субкомпетенции – языковую, текстовую и коммуникативную – и механизмы их реализации), позволяющей качественно совершать языковые операции, текстовые действия и коммуникативную деятельность в рамках выполнения организационно-управленческих, проектных, коммуникационных, прогнозно-аналитических, рекламно-информационных, рыночно-исследовательских и других функций в указанных выше областях. *Корпоративная языковая личность* является подтипом институциональной, на уровне ассоциативно-вербальной сети, тезауруса и прагматикона которой объективно формируются специфические характеристики, отражающие сущностные признаки и типологические черты той или иной корпорации как особого (в определенной степени индивидуализированного) поля профессиональной деятельности. Данная категория фиксирует особенности обобщенного субъекта дискурсивного процесса, транслируемого представителями данной корпорации как финансово-экономической (а зачастую и политической) единицы ПЭСКОП на локально-государственном уровне, а при наличии соответствующих характеристик – и глобальном. При этом корпоративная социальная ответственность, принимаемая в качестве стратегии коммерческого успеха, становится ведущей типологической чертой такой профессиональной языковой личности в ее институциональной и собственно корпоративной модификации – в аспекте ее идеальной модели. Профессиональная речемыслительная деятельность в области рекламы и PR имеет инвариантное ядро и вариативные компоненты, интегральные и дифференциальные признаки ЛР стратегии и тактики эффективного с точки зрения конечного коммуникативного эффекта речемыслительного процесса для различных сфер профессиональной деятельности, в том числе в экономике и бизнесе.

В качестве педагогической категории, которая, будучи введена в теорию профессионального становления будущего специалиста в области рекламы и PR, может выступать проектной основой разработки основной образовательной программы высшего

Інформаційне суспільство. Випуск 18. 2013. [За матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції «Зв'язки з громадськістю в економіці та бізнесі»]

профессионального образования, выступает категория *лингвориторический (ЛР) идеал* [9]). Она синтезирует теории ЛР парадигмы, этносоциокультурно-образовательного пространства (ЭСКОП) и педагогические аспекты профессиональной подготовки языковой личности специалиста. Под *ЛР идеалом* мы понимаем исторически сложившаяся и этносоциокультурно обусловленная система требований к совершению личностью языковых операций, текстовых действий и коммуникативной деятельности с позиций образцового по форме, оптимального по содержанию, этически ответственного речемыслительного продукта. Данные требования корреспондируют с актуальной для общества типологией речевых событий, отражают иерархию ценностей данного ЭСКОП и определяют процесс формирования речемыслительной культуры коллективной языковой личности этноса и ее воспроизводства с необходимыми трансформациями в последующих поколениях. ЛР идеал выступает одним из базовых компонентов ЭСКОП (локальный аспект). При этом и в рамках одного общества в один временной период могут сосуществовать две и более моделей ЛР идеала – как, например, после распада СССР: традиционная православно-христианская, политизированная советская и активно внедряющаяся американская (по А. К. Михальской). В масштабах ПЭСКОП (глобальный аспект) представлена палитра ведущих ЛР идеалов, соотносимых, например, с ограниченным перечнем мировых языков, которые имеют инвариантные черты и идиоэтнические признаки. Ведущим компонентом ЛР идеала, его «несущей конструкцией» является этосный аспект («Благо – Добро»), которому подчинены аспекты логосный («Мысль – Истина») и пафосный («Красота – Гармония»). Соответственно разграничение с антиномической категорией *ЛР анти-идеал* проходит по линии противопоставления этически ответственного речевого поведения и нарушающего морально-нравственные нормы. В этом плане показательны такие вошедшие в массовое языковое сознание классификационные определения, как «черный PR», «желтый PR», «серый PR». В них «фиксируются не только сомнительные и неприемлемые с точки зрения морально-правовой экспертизы приемы и технологии проведения PR-акций, но также – осуждение определенных ценностных установок и смыслов (цинизм, презрительное отношение к закону и нормам морали), транслируемых и внедряемых в массовое сознание PR-дискурсами такого рода» [12, 82–83].

В основной образовательной программе по направлению подготовки «031600 Реклама и связи с общественностью», выстроенной на ЛР концептуальной основе, генеральной целью является формирование *готовности обучающегося к самопроектированию в качестве профессиональной языковой личности специалиста в области рекламы и PR* – сильной языковой личности диалогического, демократического, поликультурного типа, обладающей высокой ЛР компетенцией и системой остальных необходимых компетенций – общекультурных и профессиональных. Подцелями второго уровня выступают системообразующие компоненты формируемой готовности: *мотивационно-волевой; информационно-содержательный; операционально-деятельностный; эмпирический.* Последний предполагает накопление опыта применения знаний, умений и компетенций, апробации и самокоррекции реализации ЛР компетенции в коммуникативных процессах профессиональной и повседневной деятельности в качестве специально подготовленной (в идеале – элитарной) языковой личности на содержательной основе наборов остальных компетенций – общекультурных и профессиональных. Ведущим практико-ориентированным методом формирования искомой готовности выступает *моделирование речевых событий разных типов* (описание речевой ситуации: участники, цель, тематика, условия общения и др. – и дискурсивные характеристики проектируемого речемыслительного продукта: стиль речи, тип речи, речевой жанр и др.). В аспекте сознательного и активного становления обучающегося в качестве сильной языковой личности диалогического, демократического, поликультурного типа, профессиональной языковой личности целенаправленно планируются речевые события двух видов: *моделируемые* в методических целях (собственно учебные) и *естественные*, перманентно возникающие в связи с образовательным процессом и внеаудиторной деятельностью его субъектов. В основе системы проектирования всех блоков инновационной образовательной программы: целе-функционального, содержательно-логического, инструментально-технологического, организационно-управленческого [18] – лежат наборы компетенций, указанных в соответствующих Федеральных государственных образовательных стандартах (ФГОС) ВПО РФ для бакалавриата и магистратуры [19; 20; 21]. В качестве неотъемлемого процедурно-технологического инструментария выступают PR-технологии и новые медиа. У институциональной / корпоративной языковой личности PR-специалиста в практике работы в корпорации возможно разделение функций, например: креативный мыслитель, теоретик-методолог и технические исполнители. Однако более успешной является профессиональная языковая личность, совмещающая в себе эти функции. Теоретик-методолог, владеющий технологиями новых медиа на уровне автоматизма, когда техническая работа не тормозит мыслительный процесс, а способствует инновациям и росту креативного потенциала – это наиболее перспективный вариант подготовки профессиональной языковой личности в данной сфере, идеальная, стратегическая цель высшего и дополнительного профессионального образования.

Таким образом, в иерархии понятий, зачастую употребляющихся в качестве однопорядковых, правомерно считать вершиной *социокультурно-образовательное пространство (СКОП)*; термины *дискурсивное / информационное / коммуникативное пространство* фиксируют аспекты его функционирования и изучения: первый – вербализованную составляющую в совокупности с экстралингвистическими факторами (текстовые массивы, образующие совокупности дискурс-практик и дискурс-ансамблей); второй – те ее блоки, которые являются продуктами перманентного обновления в результате действия механизма диспозитивного выдвижения по рематическому принципу в общей архитектонике тема-рематической организации тех или иных дискурсивных процессов как актуально-динамических компонентов СКОП; третий – антропоцентрическую ипостась коммуницирующей языковой личности. В современных условиях развития PR-технологий, новых медиа, корпоративных коммуникаций, речемыслительную деятельность в сфере PR правомерно квалифицировать в качестве одного из *наиболее активных дискурсивных процессов* на уровнях *этно*социокультурно-образовательного пространства (ЭСКОП) того или иного государства (локальный аспект) и *поли*этносоциокультурно-образовательного пространства (ПЭСКОП), как многонациональной страны (локально-государственный аспект), так и мирового сообщества в целом (глобальный аспект). Дискурсивный PR-процесс осуществляется в информационном режиме функционирования ПЭСКОП в ситуации транслирования новых инвентивных блоков, их диспозитивных каркасов и элокутивного наполнения с той или иной степенью инновационности и обеспечения коммуникативного эффекта; в содержательно-смысловом срезе – на пересечении глобализированного варианта и национально-государственных вариаций ценностных ориентиров и мировоззренческих установок. Обобщенный субъект данного дискурсивного процесса в его профессиональной ипостаси фиксируется категориями *институциональная языковая личность в области рекламы и PR* и, в ее конкретизированной ипостаси, *корпоративная языковая личность;* перспективной является дальнейшая разработка сущностных признаков и типологических характеристик данных разновидностей собирательной языковой личности на материале тех или иных конкретных PR-кампаний. Программа формирования и самопроектирования профессиональной языковой личности, в том числе в сфере рекламы и PR, в системе ВПО и ДПО разработана с позиций ЛР парадигмы и реализуется в том числе в рамках проведения ежегодной Сочинской ЛР школы [22] (также см. Прим.).

1. *Vorozhbitova A. A.* Lingual rhetoric paradigm as integrative research prism in philological science / A. A. Vorozhbitova // European researcher. – 2010. – № 2. – С. 183–190.

2. *Vorozhbitova A. A.* Discourse-paradigmatics and Discourse-syntagmatics Categories in Linguo-rhetoric Paradigm / A. A. Vorozhbitova // European researcher. – 2011. – № 11 (14). – P. 1532–1537.

3. *Ворожбитова А. А.* Сочинская лингвориторическая школа: программа и некоторые итоги // Вестник Поморского университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – № 1. – С. 77–83.

4. *Ворожбитова А. А.* Теория и практика лингвориторической парадигмы: Сочинская школа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: «Вопросы образования: языки и специальность». – 2012.– № 4. – С. 77–84.

5. *Ворожбитова А. А.* Комплексное исследование дискурсивных процессов в российском социокультурно-образовательном пространстве XIX–XXI вв.: программные установки лингвориторической парадигмы // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. – 2012. – № 1 (19). – С. 182–185.

6. *Ворожбитова А. А.* Интерпретативная культура языковой личности как инструмент изучения дискурсивных процессов: теория и методика формирования в лингвориторической парадигме / А. А. Ворожбитова // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. – 2012. – № 2 (20). – С. 197–200.

7. *Ворожбитова А. А.* Политический, масс-медиа и психолого-прагматический типы дискурса: лингвориторическая динамика дискурсивных процессов-детерминант российского социокультурно-образовательного пространства XX – XXI вв. // Известия Сочинского государственного университета. – 2012. – № 3 (21). – С. 177–181.

8. *Ворожбитова А. А.* Алгоритмы и перспективы лингвориторического исследования аксиологической прагматики в динамике дискурсивных процессов // Известия Сочинского государственного университета. – 2013. – № 1 (23). – С. 177–181.

9. *Юрьева А. В.* Лингвориторический идеал как фактор становления профессиональной языковой личности будущего учителя : монография. / А. В. Юрьева, А. А. Ворожбитова. – Сочи : РИО СГУТиКД, 2009. – 177 с.

10. *Скулкин О. В.* Реклама и PR-текст как институциональные типы дискурса в лингвориторической парадигме // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. – 2011. – Вып. 16. – С. 127–134.

11. *Карасик В. И.* О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. Волгоград, 2000. – С. 5–20.

12. *Русакова О. Ф.* PR-дискурс: теоретико-методологический анализ / О. Ф. Русакова, В. М. Русаков. – Екатеринбург, 2008. – С. 81–85.

13. *Тюнников Ю. С.* Социокультурное и педагогическое проектирование: в поисках сопряженного объекта / Ю. С. Тюнников // Проектирование инновационных процессов в социокультурной и образовательной сферах: Матер. 2-й междунар. науч.-метод. конф., Сочи, 27–29 мая 1999 г. / отв. ред. Ю. С. Тюнников, Г. В. Яковенко. – Сочи, 1999. – С. 10–17.

14. *Почепцов Г.* Смысловые войны в политике и бизнесе [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – URL: http://psyfactor.org/lib/sociowar2.htm.

15. *Оломская Н. Н.* Принципы функционирования дискурса PR: к проблеме теоретического обоснования // Вестник Челябинского гос. ун-та. – 2011. – № 13 (228). Филология. Искусствоведение. – Вып. 54. – С. 111–114. С. 112.

16. *Кузнецова Л. Н.* В. В. Виноградов как профессиональная языковая личность ученого-филолога: лингвориторический аспект (на материале текстов о языке и стиле русских писателей) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Л. Н. Кузнецова. – Майкоп : ФГБОУ ВПО «АГУ», 2013. – 23 с.

17. *Тихонова А. Б.* Русский космофилософский дискурс как речемыслительный продукт коллегиальной языковой личности: лингвориторический подход : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. / А. Б. Тихонова. – Майкоп : ФГБОУ ВПО «АГУ», 2013. – 26 с.

18. *Тюнников Ю. С.* Проектные позиции и алгоритм проектирования инновационного педагогического процесса // Проектирование инновационных процессов в социокультурной и образовательной сферах : матер. 3-й Междунар. науч.-метод. конф., Сочи, 12–14 июня 2000 г. В 2 ч. ; Ч. 1 / отв. ред. Ю. С. Тюнников, Г. В. Яковенко. – Сочи, 2000. – С. 81–84.

19. *Федеральный* государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «бакалавр»). Утв. приказом МОиН РФ 29.03.2010.

20. *Федеральный* государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «магистр»). Утв. приказом МОиН РФ 14.01.2010.

21. *Ворожбитова А. А.* Филолог как профессиональная языковая личность в инновационном потенциале Федерального государственного стандарта третьего поколения (ФГОС-3): лингвориторико-синергетический подход // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. – 2010. – № 4. – С. 144–149.

22. *Ренз Т. Е.* Концептуально-технологическое обеспечение организации и проведения Международной научной школы «Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты» // European Journal of Contemporary Education, 2012. – Vol. (1), № 1. – С. 40–47.

Примечание

Очередная, 4-я Сочинская лингвориторическая школа проводится в период 27.09 – 6.10.2013 г., заявки на участие принимаются по адресу: alvorozhbitova@mail.ru, необходимо зарегистрироваться в качестве будущего участника также на сайте www.лингвориторика.рф.

Подано до редакції 30. 03. 2013 р.

Vorozhbitova Alexandra.

Linguistic rhetorical foundations of research into discursive processes and formation of multiethnic sociocultural and educational space in the aspect of PR-activity of the professional linguistic personality.

From positions of linguistic rhetoric (LR) paradigm as an integrative research approach in philology in the aspect of public relations, the problems of studying and formation of discourse processes as dynamic components of multiethnic sociocultural and educational space (MESCES) in informational mode of its functioning are considered. In relation to the expert's PR-activity, the category of professional linguistic personality as a strong linguistic personality of dialogical, democratic, poly-cultural type with a high level of formation of the integrated LR competence is specified (the SRW project No. 6.3660.2011, MES Russian Federation).

Keywords: Linguistic rhetoric (LR) paradigm, discourse processes, multiethnic sociocultural and educational space (MESCES), PR-activity, professional linguistic personality, linguistic rhetorical ideal.

Ворожбитова А. А.

Лингвориторические основы исследования дискурсивных процессов и формирования полиэтносоциокультурно-образовательного пространства в аспекте PR-деятельности профессиональной языковой личности.

С позиций лингвориторической (ЛР) парадигмы как интегративного исследовательского подхода в филологической науке в аспекте связей с общественностью рассмотрены проблемы изучения и формирования дискурсивных процессов как динамических компонентов полиэтносоциокультурно-образовательного пространства в информационном режиме его функционирования. Применительно к PR-деятельности специалиста конкретизирована категория профессиональной языковой личности как сильной языковой личности диалогического, демократического, поликультурного типа, обладающей высоким уровнем сформированности интегральной ЛР компетенции (проект НИР № 6.3660.2011, МОиН РФ).

Ключевые слова: лингвориторическая (ЛР) парадигма, дискурсивные процессы, полиэтносоциокультурно-образовательное пространство (ПЭСКОП), PR-деятельность, профессиональная языковая личность, лингвориторический идеал.