

О СОДЕРЖАНИИ ЭТОГО ВЫПУСКА

Любое речевое действие коммуникативно, поскольку его назначение — создание самых разных отношений: между собеседниками, между автором и читателем, между разными авторами и читателями и т.д. Именно поэтому коммуникативная лингвистика заняла одно из ведущих мест в парадигме лингвистических направлений — прагматических, социолингвистических, психолингвистических и т.д. Коммуникация любого рода семиотична, так как осуществляется в системе знаков, в нашем случае — языковых, и в то же время прагматична, так как организуется с определённой целью определёнными действующими лицами (субъектами речи).

В статье Л. Н. Синельниковой «Современная дискурсивная «матрица» как показатель состояния общественного сознания» представлены основные коммуникационные сферы современного общества, оказывающие влияние на его представления о мире. Содержание статьи Г. П. Джинджолия «Нарративность как принцип организации дискурса» позволяет утвердиться в мысли о том, что нарративность, с одной стороны, является способом категоризации мира, с другой — проявляет функциональные свойства языковых средств. От теории нарратива зависит выделение атрибутов нарративности, её дискурсивных показателей.

Переход от лингвистики языка к лингвистике общения, в котором цели говорящего согласуются с ожиданиями собеседника, изменил представление о критериях качества речи. Социальные практики нашего времени сформировали и продолжают формировать соответствующие их назначению виды коммуникаций, появление которых создаёт напряжённые отношения между традиционным и новым, между узусом и нормой. Нормы речевого поведения на определённом этапе могут расходиться с нормами социального поведения, с реалиями речевого взаимодействия. Происходят изменения в системе оценок: «норма — ошибка», «привычная норма — другая норма». «Другая норма» — это та, которая рождается и утверждается в коммуникации. Естественно, увеличилась зона критики состояния русского языка. В то же время понятно, что норма-запрет всё больше уступает норме-выбору. Самые последние научные новости по этому поводу можно найти в статье В. А. Розсохи «Социокультурная мотивация нарушения языковых и речевых норм».

Не ослабевает внимание к публицистическому дискурсу, к способам выражения в нём разных видов отношений. Избираемая адресантом дискурсивная стратегия определяет выбор номинативных тактик. Оценки хранятся в когнитивном универсуме Я-концепции; способы вербализации оценочных сведений проявляют личность адресанта публицистического текста. Авторское «Я» проявляется как на

уровне лексики, так и на уровне синтаксиса (статьи И. Н. Кошман и А. В. Молодыченко).

Политическая коммуникация рассматривается в русле общей теории коммуникативистики, но имеет свои особенности. Разноаспектные отношения между адресантом и адресатом фиксируются в политических коммуникациях, для которых характерен ряд оппозиций, прежде всего оппозиция «свой — чужой». Установка на диффамацию оппонента запускает механизм «эмотивного радикализма» (В. И. Шаховский), формирующий вербальную агрессию. О нарушениях в связи с этим лингвоэкологического баланса говорится в статье И. А. Соболевой «Динамика вербальной агрессии и нарушение лингвоэкологического баланса в современном медиаполитическом дискурсе».

Политическая коммуникация использует множество разноуровневых языковых средств для воздействия на общественное мнение. Предвыборные кампании в максимальной степени проявляют воздействующую функцию политического дискурса, которая, к тому же, не лишена черт национальной специфики (статья Д. С. Мацько).

Композиционно-языковое устройство «сжатого» политического текста свидетельствует о специфике политической риторики, изыскивающей возможности приближения к адресату в разных видах коммуникативной деятельности. Телеграмма соблезнования как «сжатый» политический текст принадлежит к коммуникациям в формате месседжа — послания, адресованного обществу и осуществляющего имиджевую функцию (статья Е. А. Унукович).

К косвенным способам коммуникации относится ирония. Неизменным остаётся доминирующий принцип идентификации этого явления (тропа, приёма, риторической фигуры — об этом спорят): асинхронность отношений между сказанным и подразумеваемым. Но при неизменной природе явления изменяются условия его применения, а вместе с этим и способы выражения в их соотнесённости с целым текстом. От фиксации имеющихся в науке подходов и дефиниций (статья А. В. Розсохи) есть смысл переходить к работе с текстами, используя инструментарий лингвистической прагматики и когнитивной психологии, чтобы понять истинное намерение говорящего и соотнести его с языковым оформлением. В этом случае будет возможность обнаружить корреляцию между структурами языка и структурами мышления, по-разному проявляющуюся в разных видах коммуникаций.

Интертекстуальность — признак имплицитной смысловой структуры любого текста. Поэтический текст — динамическая система, наполненная скрытыми смыслами. Этот тип текста изобилует сигналами импликаций, возникающими на интертекстуальной основе. О специфике импликаций интертекстуального характера в авангардной поэзии

говорится в статье Т. А. Пономарёвой «Интертекстуальность как одно из типологических свойств современного поэтического дискурса».

Паремия — это материальное оформление оценочно-мировоззренческих установок, сформировавшихся в среде этноса как коллективного субъекта познания. Культура может интерпретироваться как совокупность концептов и отношений между ними. Модель описания концептов *счастье* и *беда* в русских и украинских паремиях с учётом явления имбрикации представлена в статье Э. В. Минаевой.

Мы-дискурс материализует идею совместности, но в разных коммуникативных средах она проявляется по-разному. Маркетинговая коммуникация имеет стратегическую направленность на установление партнёрских, дружеских отношений с обобщённым адресатом как потребителем. *Мы*-дискурс в этом случае оказывается средством мотивации потребностей, которая сопровождается обязательствами по её удовлетворению. Формируется специфический вид персуазивности — убеждение адресата в необходимости осуществления предлагаемых действий. Реклама как вид маркетинговой коммуникации эксплуатирует идею совместности в целях манипуляции адресатом, речевого «принуждения» его к определённым оценкам и действиям. Об этом говорится в статье Е. В. Грищенко «Некоторые особенности современного рекламного *мы*-дискурса».

Обратная связь организует и определяет характер взаимодействия человека с окружающим миром и взаимодействия самих людей. На её основе рождаются и профессионально закрепляются многие виды компетенций (коммуникативная, социокультурная, рефлексивная и др.). В статье И. С. Масленникова обращается внимание на роль обратной связи в педагогическом дискурсе как возможности и условия формирования речевой компетентности учителя.

Статьи разных авторов в комплексе способствуют углублению теории и практики коммуникации через содержательное «ухватывание» мира сущностей. Риторика гармоничного диалога способна сформировать не только аудиовизуальный элитарный дискурс (см. статью Е. А. Щербаковой), но и повлиять на коммуникацию в целом, на её освобождение от агрессии и конфронтации в пользу корректности и эмпатии. О таком «лингвэкологическом балансе» пока приходится только мечтать.

Профессор Л. Н. Синельникова