

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЯЗЫКА

УДК 81'42 + 81'38 + 81'27

Е. В. Войтишенюк

МЕДИЙНЫЙ ДИСКУРС В ДИСКУРСНОМ ПРО- СТРАНСТВЕ

В настоящей статье рассматриваются характеристики медийного дискурса и присущих ему жанров. Устанавливаются сферы пересечения медийного дискурса с другими типами институциональных дискурсов, таких как экономический, политический, спортивный, полемический и другие. Исследование показало, что медийный дискурс имеет сходные черты с другими типами институциональных дискурсов на основании общих характеристик, таких, как цель, типовые участники, хронотоп, ценности, жанры, материал, стратегии и тактики. Данное исследование может способствовать созданию комплексного видения медийного дискурса в дискурсном пространстве с учетом всех формирующих его факторов.

Вопрос о том, что представляет собой дискурс и для чего необходимо учитывать его параметры при анализе текстового материала, был давно изучен отечественными и иностранными исследователями (В. И. Карасик, Н. Д. Арутюнова, Э. Дж. Граймс, Е. С. Кубрякова и др.). Известны определения различных типов дискурса, их отличия и основные характеристики. К примеру, В. И. Карасик выделяет две основные ветви изучения дискурса – социолингвистическую (к которой относятся институциональный и бытийный дискурсы) и прагмалингвистическую (юмористический и ритуальный). К институциональному дискурсу В. И. Карасик относит такие типы дискурсов, как педагогический, религиозный, научный, политический и медицинский [1]. То есть все те, которые наиболее продуктивно, с точки зрения социолингвистики, реализуют себя через сферы человеческой деятельности.

Задачей нашего исследования является рассмотрение медийного дискурса как институционального, который имеет общие точки соприкосновения с другими, описанными В. И. Карасиком, институциональными типами дискурсов. Целью нашего исследования является установление общих и отличительных черт медийного дискурса

в сравнении с другими типами институционального дискурса. Выявление общих характеристик анализируемых дискурсов может способствовать определению особенностей функционирования других типов институционального дискурса на фоне исследуемого – медийного. Установление специфических черт медийного дискурса как типа коммуникации может способствовать расширению представления о закономерностях включения текстов в жанровый репертуар того или иного дискурса.

Так как медийный дискурс относится к институциональному типу, ему присущи такие характеристики, как цель, типовые участники, хронотоп, ценности, жанры, стратегии и тактики, материал, описывая которые, мы будем проводить параллель с характеристиками других типов дискурсов, чтобы максимально полно определить совпадения или отличия между ними.

Мы предполагаем, что основная (эксплицитная) **цель** медийного дискурса – информирование. Через информирование осуществляется другая (имплицитная) цель – воздействие, которое, по сути, является результатом информирования, так как оно включает в себя различные функции (развлекать, побуждать, решать и т. д.). Однако медийный дискурс печатных СМИ, в отличие от других типов дискурсов, реализует себя посредством печатных знаков, а не динамических картинок, звуковых эффектов или звуковой трансляции.

Типовые участники представляют собой с одной стороны индивидуально-коллективный субъект, а с другой – неизвестный и неопределенный количественно получатель информации. Несмотря на то, что все публикации в печатной прессе проходят цензуру и редактируются (даже если адресант, написавший в газету, – экономист, или спортсмен), социальная роль реципиентов может быть самая различная. Следовательно, в данной характеристике пересекаются участники разных типов институционального дискурса: журналисты, экономисты, политики, спортсмены и так далее.

Говоря о **хронотопе**, следует учитывать, что медийный дискурс печатных СМИ реализует себя именно в печатной прессе. Однако это еще не говорит о том, что он строго локализован на бумаге печатными знаками. Участники медийного дискурса могут находиться на больших расстояниях друг от друга и, несмотря на это, осознавать некую глобальную целостность, благодаря технологическим достижениям, приведшим к «имплозии коммуникации» (то есть к взрыву вовнутрь, когда за счет стремительного сжатия пространства, времени и информации находящийся в одном месте индивид может одновременно переживать состояние отдаленных объектов) [2, с. 54]. Поэтому мы можем сказать,

что медийный дискурс рассредоточен в пространстве.

Говоря о временных рамках, следует отметить, что хронотоп в медийном дискурсе, по аналогии с художественным дискурсом, имеет существенное жанровое значение. «Можно сказать, что жанр и жанровые разновидности определяются именно хронотопом, причем в литературе ведущим началом является время», – отмечает М. М. Бахтин, который конкретизировал формулу «здесь и сейчас» для художественной литературы понятием хронотопа [3, с. 205]. Так как медийный дискурс – это, прежде всего, жанровая организация, то будет правильным сказать, что медийный дискурс печатной прессы напрямую зависит от локализации во времени и пространстве представляющих его жанров.

Для определения хронотопа жанров важно учитывать точку отсчёта (ситуацию в настоящем времени), точку присутствия и модальность как следствие точки зрения говорящего (объективная / субъективная). В. А. Тырыгина отмечает, что медийный дискурс сконцентрирован в настоящем времени, служащим центральной точкой, от которой осуществляется отсчет вперед или назад [3, с. 109]. В соответствии с описанными факторами хронотопа, сложно проследить, будет ли эта характеристика являться общей для других типов дискурса или нет, поскольку отображение действительности зависит от оттенков временных значений (отсутствие / наличие личностной характеристики, определенность / неопределенность положения, мотивированность / немотивированность трехчленным рядом прошедшее-настоящее-будущее), а также от модальных значений (уверенность / неуверенность, возможность / невозможность, точка зрения реальности / нереальности) [3, с. 210].

Материалом медийного дискурса может стать любое общественное или мировое событие (за исключением сведений государственной тайны или следований этическим нормам) [3, с. 110], т. е. информация, которая каким-то образом имеет глобальное значение в настоящий момент времени. Это значит, что материал, отражающий разные сферы социальной действительности, может относиться к любому типу институционального дискурса и реализовываться его посредством СМИ.

Само слово «информация» – это ключевой концепт **ценностей** медийного дискурса. Оно эксплицитно присутствует в разных контекстах: «удовлетворение информационных потребностей», «информация – ключ к демократии», «информационное общество» и другие [3, с. 109]. Данная характеристика также является общей для всех типов дискурсов в целом.

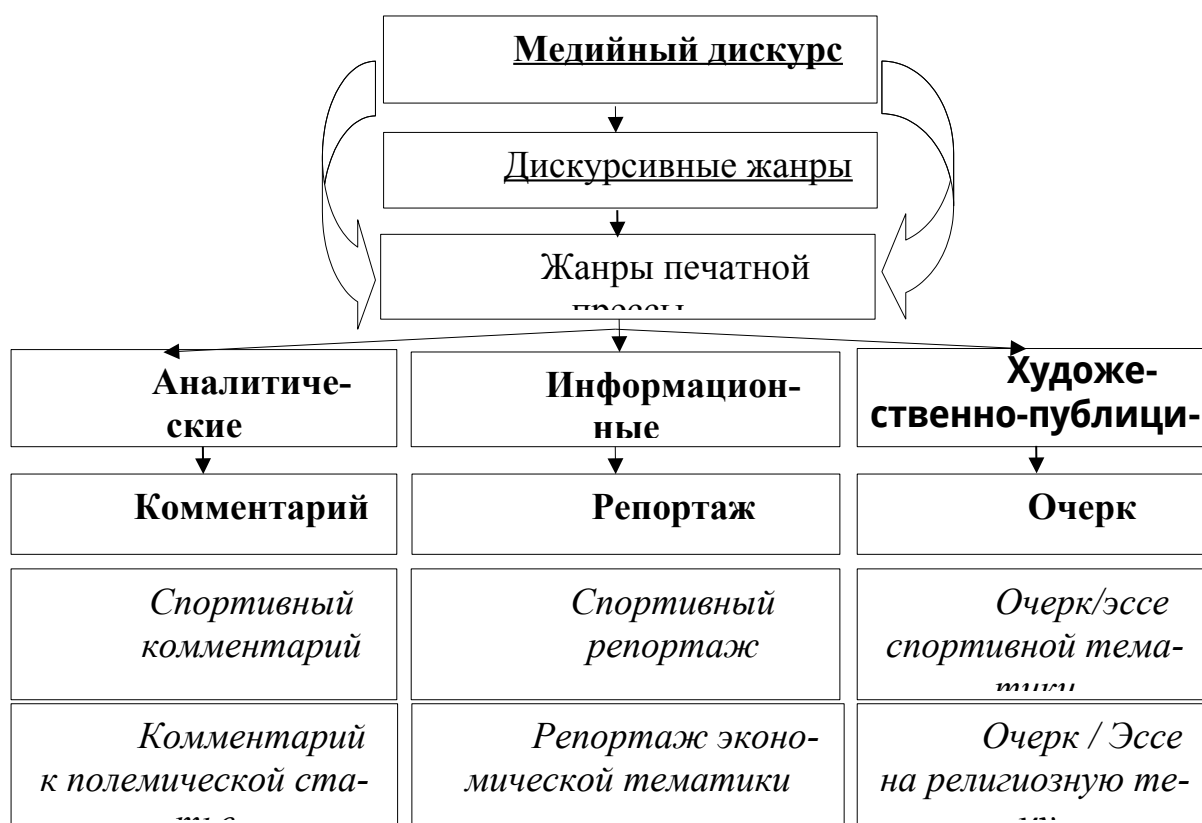
Сравнивая стратегии и тактики различных дискурсов со стратегиями и тактиками медийного дискурса, мы приходим к выводу, что

они определяются функциями последнего, такими как информирование о событиях, интерпретация происходящего, социализация, формирование общественного согласия, выражение образцов доминирующей культуры, создание возможности для отдыха и развлечений, организация кампании в связи с актуальными целями в политической, экономической, социальной сферах [3, с. 110]. Это предполагает взаимосвязь с такими дискурсами как туристический, экономический, политический и др. Тактики же (языковые единицы и средства воздействия) могут отличаться, так как они реализуют различные цели разных типов дискурса.

Поскольку медийный дискурс реализуется в **жанрах**, следует рассмотреть разницу между жанром публицистического стиля и жанром дискурсивным. Жанр публицистического стиля – это жанр функционального стиля, в котором, прежде всего, оценивается стилистический репертуар языковых средств, объединенных одной целью в соответствии со сферой деятельности адресанта. Дискурсивный жанр представляет собой культурно, социально, ситуативно обусловленный тип высказывания с определенным способом организации текста и ориентацией на конкретную цель, который определяется типом интенции адресанта, типом ожидаемой от адресата реакции, коммуникативной культурой общества [4, с. 18].

Рассмотрим схему 1. Схема отображает процесс реализации медийного дискурса в дискурсивных жанрах, цели которых совпадают с жанрами публицистического стиля. В то же время жанры публицистического стиля лежат в основе формирования дискурсивных жанров других типов дискурса и подчиняются их целям. Соответственно публицистический жанр – лишь средство реализации целей некоторых типов институционального дискурса. Например, цель публицистического информационного жанра «репортаж» – точно передать информацию с места события. Из схемы видно, что тема репортажа может варьироваться – спортивный репортаж, репортаж политической тематики, репортаж на экономическую тему. Следовательно, экономический репортаж является дискурсивным жанром экономического дискурса, цель которого – формировать, накапливать, систематизировать и передавать экономические знания, осуществлять их циркуляцию в обществе [4, с. 17]. Политический репортаж в свою очередь является дискурсивным жанром политического дискурса, цель которого – сохранять или перераспределять власть [1, с. 195].

Схема 1



Таким образом, мы видим, что жанры печатной прессы выступают в качестве одного из многих информационных каналов для реализации некоторых типов институционального дискурса, таких, как экономический, полемический, политический, спортивный. Помимо жанровой характеристики, медийный дискурс имеет точки пересечения с другими типами дискурса, которые обнаруживают себя в следующих характеристиках: типовые участники, хронотоп, материал, стратегии. Смысловое содержание этих характеристик медийного дискурса является общим для всех институциональных типов дискурса. Такие характеристики, как цель и, соответственно, тактики ее достижения, не совпадают с другими типами дискурсов и являются главным отличием медийного дискурса от всех остальных его институциональных типов.

Литература

1. Карасик, В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
2. Терин, В. П. Массовая коммуникация. Социокультурные аспекты политического воздействия. Исследования опыта Запада / В. П. Терин. – М., 2000. – 223 с.

3. Тырыгина, В. А. Жанровая стратификация масс-медийного дискурса / В. А. Тырыгина / под ред. Н. С. Бабенко. – М. : Книжный дом «Либроком», 2010. – 320 с.

4. Лавренко, Е. В. Языковое воплощение коммуникативных стратегий в экономическом дискурсе (на материале британского и американского вариантов английского языка) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. В. Лавренко. – Минск, 2008. – 120 с.

УДК 811.133.1'367.32

А. А. Кирюшкина

ИНТЕНСИВНОСТЬ ОЦЕНОЧНОГО ПРИЗНАКА И ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ВЫСКАЗЫВА- НИЯ

Данная статья посвящена анализу степени интенсивности оценочного признака, проявляющегося в ряде эксплицитных и имплицитных средств. Свидетельствуя об участии разума и чувств субъекта в осуществлении оценочной деятельности, интенсивность оказывает существенное влияние на формирование прагматического смысла оценочных высказываний, влияя на эмоциональное состояние адресата. Чем выше степень интенсивности оценочного признака, тем сильнее эмоциональное воздействие.

Степень интенсивности оценочных высказываний играет существенную роль в формировании их прагматического смысла. Так, использование предикатива с нейтральным оценочным признаком говорит о реализации субъектом рациональной оценки, показывает рациональный подход к оцениваемому объекту. Прагматическая направленность таких высказываний состоит в выражении аналитической деятельности субъекта, в формировании отношения к факту / событию / лицу.

Употребление в высказываниях оценочно-аффективных предикативов способствует реализации рационально-эмоциональной оценки. Субъект «включает» в оценочную деятельность разум и чувства, что говорит о его заинтересованности в объекте оценки. Высказывания с аффективными предикативами есть результат участия чувств субъекта в оценке объекта: они реализуют эмоциональную оценку, направлены на выражение эмоций говорящего.

Отражая значимость явлений и ситуаций для человека, эмоции