

СОДЕРЖАНИЕ

■ Общетеоретические вопросы

Дускаева Л. Р. (Санкт-Петербург, Россия)
Медиалингвистика в России: лингвопраксио-
логическая доминанта 5

Skowronek B. (Kraków, Poland)
Media linguistics. An interdisciplinary approach
to the study of language and media 16

■ Понятия, категории, методики анализа в медиастилистике

Боголебска Б. (Лодзь, Польша)
Стилистические особенности репортажей
Войцеха Тохмана 27

Ивченков В. И. (Минск, Республика Беларусь)
Роль стилистики в изучении журналистского
текста как социального действия 34

■ Типология медиаречи

Brzozowska D. (Opole, Poland)
Discussion on gender in Polish mass media 45

Войтак М. (Люблин, Польша)
О жанрах речи и их печатных конкретизациях 53

■ Медиатекст: структура, композиция, векторы обновления

Казак М. Ю. (Белгород, Россия)
Современные медиатексты: проблемы иден-
тификации, делимитации, типологии 65

Главный редактор

Л. Р. Дускаева
(Санкт-Петербург,
Россия)

Редакционный совет

М. Войтак
(Люблин, Польша)
Ст. Гайда
(Ополе, Польша)
Дж. Ш. Аята
(Стамбул, Турция)
Т. ван Дейк
(Барселона, Испания)
Т. Г. Добросклонская
(Москва, Россия)
И. П. Лысакова
(Санкт-Петербург,
Россия)
О. Б. Сиротина
(Саратов, Россия)
Г. Я. Солганик
(Москва, Россия)
Ч. Хуэйцин
(Пекин, Китай)
В. Е. Чернявская
(Санкт-Петербург,
Россия)
Т. В. Шмелева
(Великий Новгород,
Россия)

Редакционная коллегия

И. В. Анненкова
(Москва, Россия)
А. Г. Баранов
(Краснодар, Россия)
Д. Бжозовска
(Ополе, Польша)
В. И. Ивченков
(Минск, Беларусь)
М. Ю. Казак
(Белгород, Россия)

Чернышова Т. В. (Барнаул, Россия)
Филологическое исследование медиакомму-
никации: теоретико-методологические пред-
посылки и методы анализа текста и дискурса
(ретроспектива) 77

■ **Функционирование языковых средств в массмедиа**

Конюшкевич М. И. (Гродно, Беларусь)
Концовка газетного текста. Статья первая. Язык
и речь 89

Цонева Л. (Велико-Тырново, Болгария)
Языковая игра и ее изучение 101

■ **Новости научной жизни: хроника и критика**

Рецензии

Васильева В. В. (Санкт-Петербург, Россия)
Польский взгляд на медиалингвистику. Рецен-
зия на монографию: В. Skowronek. *Medio-
lingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków, 2013 111

Андреева В. А. (Санкт-Петербург, Россия)
Медиальная перспектива текста. Рецензия на
учебник: В. Е. Чернявская. Текст в медиальном
пространстве. Москва, 2013 118

Хроника

Кара-Мурза Е. С. (Москва, Россия)
Речевые жанры как кирпичики здания медиа-
коммуникации (Об итогах III Международного
научного семинара в СПбГУ) 122

Болотнова Н. С. (Томск, Россия)
«Мы сохраним тебя, русская речь...» (Об итогах
VIII Международной научной конференции
в Томском государственном педагогическом
университете) 127

Abstracts 132

М. И. Конюшкевич
(Гродно, Беларусь)
В. И. Коньков
(Санкт-Петербург,
Россия)
М. А. Кормилицына
(Саратов, Россия)
Н. С. Цветова
(Санкт-Петербург,
Россия)
Л. Цонева
(Велико-Тырново,
Болгария)

Отв. редактор

А. А. Горячев
(Санкт-Петербург,
Россия)

Редакторы

В. В. Васильева
Ю. М. Коняева
Н. А. Корнилова
А. А. Мальшев
К. В. Прохорова
Е. А. Щеглова
(Санкт-Петербург,
Россия)

**Санкт-Петербургский
государственный
университет**

**Институт
«Высшая школа
журналистики
и массовых
коммуникаций»**

199004, Санкт-Петербург,
1-я линия В. О., д. 26
E-mail: rech@jf.pu.ru

ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

.....

УДК 81'33
ББК 81'1
ГРНТИ 16.31.51
КОД ВАК 10.02.19

Л. Р. Дускаева
Санкт-Петербург, Россия

МЕДИАЛИНГВИСТИКА В РОССИИ: ЛИНГВОПРАКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ДОМИНАНТА

В статье лингвопраксиологический вектор анализа рассматривается как магистральный для современной российской медиалингвистики. Отражены важнейшие особенности этого подхода: предмет, ключевые категории, методики анализа. Показано, что, наряду с направленностью этих исследований на изучение закономерностей функционирования языка в разных ситуациях профессионального медийного общения, их отличает интерес к описанию правил эффективного профессионального речевого поведения. Это в свою очередь позволяет широко использовать типологический метод, вместе с тем устанавливать критерии эффективности отдельных речевых действий или их совокупностей в профессиональном речевом поведении в медиасреде.

Ключевые слова: *медиалингвистика, лингвопраксиология, интенциональная стилистика.*

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках проведения научного исследования «Культурно-просветительский медиадискурс» № 14-34-01028.

Лилия Рашидовна Дускаева, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.

199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., д. 26, ауд. 703.

тел.: +7 (812) 329 94 59

E-mail: lrd2005@ya.ru

© Дускаева Л. Р., 2014

Развитие исследований языка СМИ шло в российской лингвистической науке по разным направлениям: социалингвистическому, психолингвистическому и др. [Трескова 1989, Дридзе 1980, Леонтьев 1974, Швейцер 1977, Шерковин 1974 и др.]. Но в этих направлениях обращенность к той или иной сфере общения не являлась методологически важным исследовательским принципом. Типологическое изучение закономерностей функционирования языка в разных сферах общения характерно для функционально-стилистических исследований, поэтому медиалингвистику в России, предметом изучения которой являются закономерности функционирования языка в одной из общественно значимых сфер — массмедиа, справедливо О. Б. Сиротинина и М. А. Кормилицына [Сиротинина, Кормилицына 2013: 85] называют наследницей функционально-стилистических исследовательских традиций, заложенных в целом ряде трудов, посвященных языку СМИ [Васильева 1983, Кожина 1977, Костомаров 1972, Майданова 1987, Лысакова 1989, Рогова 1975, Солганик 1978].

Важно подчеркнуть при этом, что дифференциация функциональной стилистики как науки, исследующей закономерности функционирования языка в наиболее общественно значимых сферах общения, на несколько дисциплин: медиалингвистику, исследующую речь в СМИ, документную лингвистику, исследующую речь в правовой сфере, теолингвистику, исследующую религиозную речь, коллоквиалистику, исследующую разговорную речь, произошло закономерно, в соответствии с логикой развития самой науки. Образовавшиеся вновь дисциплины обращены к речевой вариативности

каждого из функциональных стилей. Думается, именно о такой исследовательской логике писал В. В. Виноградов, когда предлагал рассматривать функционально-стилистические системы, складывающиеся в социально значимых сферах — разговорной, научной, деловой, и речевые стили — социально-групповые, профессиональные и др., особенности которых формируются под воздействием общественно-производственного применения языка [Виноградов 1963: 4–9].

Усилия медиалингвистики сегодня направлены на изучение речевой вариативности, складывающейся внутри чрезвычайно значимой сегодня «функционально-стилистической системы» — публицистического функционального стиля. Несмотря на скептическое отношение некоторых исследователей к дифференциации лингвистики на основании предмета — сферы функционирования языка, такой подход демонстрирует эвристичность результатов, поскольку ученые, раскрывая специфику использования языка в разных сферах, глубже узнают о формах и способах эффективного употребления языка в речи. Убедительно, на наш взгляд, правомерность такого подхода показало исследование Т. Г. Добросклонской, где язык СМИ предстал как действующая в разных условиях общения система [2000].

Опора на методологию функциональной стилистики, изучающей «речь в единстве с другими сущностными свойствами человека — его деятельностью и сознанием» [Салимовский 2013: 16], причем в аспекте ее эффективности, стала, по существу, базовым принципом для медиалингвистики, которой в целом свойствен функционализм. Речь, понимаемая, во-первых, как феномен реального функционирования в медиасфере и, во-вторых, как средство реализации целенаправленной деятельности журналиста, рекламиста, специалиста по связям с общественностью, средство эффективного удовлетворения разнообразных профессиональных функций, становится главным предметом исследований в медиалингвистике. Деятельностный подход во всех функциональных исследованиях, который стал господствующим сначала в функциональной стилистике, а затем и в других — позже сформировавшихся в России функциональных направлениях лингвистики — распространяется и на медийную речь.

Важнейшей особенностью исследовательского подхода авторов работ, посвященных языку СМИ, становится внимание к речевой деятельности, речевому поведению профессионалов в СМИ в тесной обусловленности профессиональными нормами и правилами. Вот почему считаем целесообразным представить современную медиалингвистику в **праксиологической**¹ перспективе. Представим краткую — в пределах статьи — характеристику праксиологического подхода в науке.

В философских трудах отмечается, что термин праксиология впервые был использован Л. Бурдье (1882), а введен в практику науки в начале XX в. А. Эспинасом и Е. Служким [Праксеология: электронный ресурс]. Однако дисциплинарный статус праксиологии был придан трудами польского историка

¹ Мы используем термин в современном орфографическом варианте.

философии и логики Т. Котарбиньского «Принципы рациональной организации деятельности» (1946); «Праксеология» (1947) и «Трактат о хорошей работе» (1955), в которых «термин и основные идеи П. были упорядочены в качестве системы теоретических и прикладных исследований» [Там же].

В работах Т. Котарбиньского было предложено три уровня анализа общественной деятельности. На **первом** уровне в праксиологии предполагается разработка типологии действий и построения системы категорий, на **втором** — типологии эффективных нормативных систем действия в конкретно-историческом социокультурном контексте, на **третьем** уровне — выработку оценки методов развития человеческих действий с точки зрения их достоинств.

Уточняя эти положения, Т. Котарбиньский указывает среди исследовательских задач праксиологии анализ техники и аналитическое описание элементов и форм рациональной деятельности, создание «грамматики действия» в порядке выработки наиболее общих норм максимальной целесообразности действий, в частности, в виде общетехнических рекомендаций и предостережений применительно к профессиональной индивидуальной и коллективной деятельности (работы) [Котарбиньский 1975]. В современной философии праксиология предстает как наука об эффективной реализации деятельности [Философия... 2004].

Развитие деятельностного подхода в медиалингвистике предопределяет возможность изучения в ней речевой деятельности в массмедиа с праксиологических позиций. В этом случае в центре внимания медиалингвистики — эффективная профессиональная речевая деятельность в медиасреде, представленная такими видами профессиональной речевой деятельности, как журналистская, рекламная и связи с общественностью. Следовательно, в рамках медиалингвистики целесообразно выделить праксиологию профессиональной журналистской, рекламной и PR речевой деятельности. На наш взгляд, в праксиологическом ключе медиалингвистика выступает целостной научной дисциплиной, направленной на постижение закономерностей эффективного употребления языка в профессионально значимых сферах общения, а потому обладает своим кругом исследовательских задач.

Вопрос об исследовании речевого поведения в профессионально значимых сферах общения возник в лингвистике в связи с потребностью в обучении профессиональной коммуникации на иностранном языке. Из англоязычных работ в российские публикации пришли аббревиатуры: сначала ESP — English for Specific Purposes (английский для специальных целей его изучения), затем LSP — Language for Specific Purposes (язык для специальных целей). Но чаще всего, говоря об ESP или LSP, подразумевают научный и инженерный, деловой и экономический языки, каждый из которых впоследствии разбивается еще на подъязыки профессиональной занятости [Ширяева: электронный ресурс].

Различаются подходы к определению сферы общения, в которых действуют языки для специальных целей: одни исследователи профессиональные языки рассматривают в числе академических, другие не только в рамках академического, но и делового и правового дискурсов [Авдеева 2005; Голованова 2007; Дюжев 1973 и т. д.]. Кроме того, различается понимание самого понятия «язык». Большая часть исследователей профессиональным языком называет только

созданный для целей такого общения лексикон. Нам представляется эта позиция ограниченной.

Полагаем, что профессиональная ориентированность при употреблении языка в той или иной профессиональной сфере отражается отнюдь не только в лексике. Цели и задачи профессионального общения влияют на отбор и комбинацию средств всех уровней языковой системы и формируют речевую системность, складывающуюся для выражения профессионально значимых смыслов. Иными словами, уместно говорить о речевой организации текстов, подчиненной целям профессионального общения.

С учетом указанных обстоятельств мы и предлагаем посмотреть на медиалингвистические исследования в России с точки зрения праксиологии — науки об эффективной организации профессиональной деятельности.

1. В центре внимания медиалингвистики — специфическая речевая организация профессиональных сфер: журналистики, рекламы, PR — и разнообразных ситуаций медийного общения, — иными словами, язык как инструмент осуществления эффективной профессиональной речевой деятельности субъекта. Для данного направления, как и во всей функциональной лингвистике, характерно рассмотрение речевой деятельности в прямой зависимости от экстралингвистических факторов (от ситуации общения в массмедиа, целей и задач общения, типа содержания, жанра и мн. др.), предопределяющих формы речевой организации, их стилистико-речевую системность. В разных лингвистических направлениях в центре внимания находятся разные экстралингвистические факторы и детерминированность ими употребления языка. Для лингвопраксиологии центральными становятся экстралингвистические факторы профессионального поведения, что позволяет установить правила эффективного использования языка в профессиональной речи, объяснить формирование тех или иных речевых проявлений.

На основе экстралингвистических факторов, значимых для профессионального общения в той или иной ситуации, проводятся типологические исследования, которые позволяют увидеть не только атрибуты речевой деятельности (цели, задачи участников, пространство распространения), но и ее структуру: действия и операции, а также отдельные техники достижения профессиональных задач. При лингвопраксиологическом подходе цели и задачи общения трактуются как профессионально ориентированные. Тем самым в медиалингвистическом речеведении ситуация общения рассматривается более «точно»: как частный случай реализации предназначения (целей и задач) профессиональной деятельности.

В последние годы осваиваются все новые и новые тематические сферы как ситуации общения в массмедиа: в центре внимания оказываются не только политико-идеологические (И. В. Анненкова, А. В. Полонский, Т. В. Чернышова), но и спортивные (К. В. Прохорова, А. А. Малышев, Е. Г. Малышева), культурно-просветительские (Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова), научно-просветительские (Ю. М. Коняева, Т. Ю. Редькина, С. И. Сметанина), а кроме того, рекламные (Е. С. Кара-Мурза, А. А. Горячев) СМИ. Это освоение происходит с использованием разных методов и методик — интенционально-стилистических, прагмалингвистических, когнитивно-семантических, лингвосемиотических, позволяющих дифференцированно изучать эффективность употребления языка

в различных классах текстов. Исходя из профессионально-деятельностной трактовки речи, вариативность медиаречи связывается с необходимостью объективации разных форм профессионального общения, складывающихся под влиянием широкого спектра внелингвистических факторов в различных сферах и ситуациях медийного общения.

2. Профессиональная коммуникативная деятельность в медиалингвистике предстает как целенаправленная персуазивная речевая активность субъекта, отправляющего по различным каналам распространения свой «месседж» с учетом смысловой позиции аудитории. Цели и задачи этого месседжа предусмотрены профессиональными обязанностями субъекта в той или иной ситуации, а форма — традициями их исполнения. Смысловая позиция субъекта выражается с разной степенью проявленности. В исследованиях анализировалось и анализируется речевое поведение отдельных публицистов (в частности, В. П. Вомперским и его учениками, О. Б. Сиротининой, М. А. Кормилицыной), а также типологическая категория авторской позиции (работы Л. Г. Кайды, Г. Я. Солганика, Т. В. Шмелевой), авторского начала и т. п. Исследуется также специфика радио- и телеречи (например, в работах С. В. Светаны, Э. А. Лазаревой, Т. В. Матвеевой, Э. В. Чепкиной).

Стремясь воздействовать на аудиторию, в целях эффективности воздействия субъект, обдумывая предмет своей речи и вырабатывая к нему отношение, принимает во внимание не столько адекватные интенции адресата, сколько противоположные тем, которые автор стремится вызвать. Следовательно, в речевой структуре всякого высказывания закладываются возможности предупреждения читательского «сопротивления» когнитивному и эмоционально-волевому воздействию со стороны субъекта речи — без этого эффективное воздействие на массовую аудиторию невозможно. Отражение взаимодействия с адресатом как условие эффективности речевого воздействия в центре внимания медиалингвистических исследований [Дускаева 2004, 2012; Каминская 2009; Чепкина 1993].

Таким образом, стремясь выявить, каковы особенности речевого поведения в разных ситуациях профессионального общения, в медиалингвистике проводятся типологические исследования, устанавливающие специфику речевого проявления в разных сферах медийного общения.

3. Понимая, что всякая деятельность осуществляется с помощью инструментария, важно знать средства деятельности, которые изучаются по-разному. В одних исследованиях в центре внимания отдельные языковые единицы, выступающие в качестве техник осуществления той или иной профессиональной коммуникативной задачи (М. И. Конюшкевич). В центре внимания других исследований — репродуктивные речевые формы деятельности, например речевые жанры. Центральной, безусловно, становится категория медиатекста [Добросклонская 2005, Казак 2014, Солганик 2005], поскольку достижение журналистом, рекламистом, специалистом по связям с общественностью профессиональных целей возможно только с помощью текстов. Важно, что в медиатексте, как и в любом другом, отражается не только результат, но и процесс речевой деятельности субъекта по достижению профессиональных целей.

Такой подход показывает, как в концептосфере, композиции и архитектонике медиатекстов выражаются механизмы информационного воздействия и

в речевых единицах (действиях, актах, субжанрах) развертывается специфическая речевая деятельность.

Формальную сторону текста, как представляется, следует рассматривать в теснейшем взаимодействии с глубинным, содержательным уровнем. Вот почему серией работ мы начали разработку интенционально-стилистического подхода к изучению медиатекста, позволяющего увидеть обусловленность лингвистической организации медиатекста динамикой его содержательно-смысловой структуры, которая в свою очередь обусловлена всем комплексом экстралингвистических факторов, действующих в той или иной профессионально-ориентированной коммуникативной ситуации. Именно этот подход позволяет увидеть речевое поведение во всем его многообразии, обнаружить в нем не только то, что соответствует правилам профессионального поведения, но и то, что не соответствует, выработать критерии несоответствия и практические рекомендации по их устранению [Дускаева 2013].

При лингвопраксиологическом подходе исследователь массмедиа имеет дело с собственно речевыми единицами, которые чаще всего анализируются как части структуры целого текста. Целостный текст как единица общения (!) предстает в его компонентах: коммуникативных шагах, речевых актах, речевых жанрах, речевых действиях, коммуникативно-речевых блоках, смена которых отражает последовательность, алгоритмы речевой деятельности. Причем важно подчеркнуть: лингвист не может игнорировать того обстоятельства, что речевые единицы создаются под влиянием профессиональной интенциональности системным взаимодействием языковых средств.

Именно в медиалингвистике текстом может рассматриваться не только отдельное речевое произведение, но и их совокупность в рамках газетной полосы и газетного номера, который «представляет собой континуум, составленный из взаимосвязанных частей — текстов публикаций» [Лазарева 1995: 57]. Тем самым предметом изучения медиалингвистики становится речевая системность медиатекстов разных типов, формально-смысловая структура которых создается сочетанием и взаимодействием как языковых, так и неязыковых компонентов, не только внутритекстовых, но и межтекстовых факторов.

4. Особое место занимают исследования нормативного и этического аспекта речевого поведения в массмедиа. Необходимость практической регуляции речевого поведения в СМИ потребовала разработки научных основ литературного редактирования [Сенкевич 1994, Накорякова 2009]. Сегодня уверенно можно говорить о становлении лингвоэтики [Бессарабова 2011, Кара-Мурза 2011, Сурикова 2009, Этика речевого поведения... 2010]. Одна из острых лингвоэтических проблем — проблема диагностирования девиантных форм речевого поведения, а значит и вопрос критериев определения лжи, демагогии, клеветы, оскорбления и других форм речевой агрессии [Речевая агрессия... 1997 и др.]. Создание, с одной стороны, типологии эффективных речевых технологий и техник для той или иной формы общения, с другой стороны, типологии профессиональных речевых ошибок, проступков и «преступлений» [Горбаневский, Караулов, Шаклеин 1996; Кара-Мурза 2011; Сиротинина 2013] требует выработки критериев оценки результатов деятельности. В этой связи, наряду с проблемой создания теории результативных моделей определенных областей речевой работы, в лингвопракси-

ологии массмедиа требуется разработка рекомендаций и предостережений относительно организации эффективной речевой деятельности. Такого рода поиски ведутся целым рядом ученых [Баранов 2007, Кара-Мурза 2011, Сиротинина 2013, Чернышова 2013]. Практиологический подход, наряду с другими, способствует решению проблемы.

Итак, в современной российской медиалингвистике обнаруживаются три важнейших проблемных поля, исследования в которых, как нам представляется, должны вестись именно в практиологическом ключе, предугаданном Т. Котарбиньским.

1. С целью «выработки наиболее общих норм максимальной целесообразности» (Т. Котарбиньский) необходимо создавать типологии медиаречи с «аналитическим описанием элементов и форм» (Т. Котарбиньский) речевой деятельности, что включает установление алгоритмов эффективного профессионального речевого поведения в разных ситуациях общения. Один из путей — изучение композиционно-речевых форм построения медиатекстов с разной «грамматикой действия» (Т. Котарбиньский).

2. Разрабатывать, с одной стороны, типологии эффективных речевых технологий и техник для той или иной формы общения, с другой стороны, типологии профессиональных речевых ошибок, проступков и преступлений в процессе работы, критерии оценки результатов деятельности.

3. Наконец, необходимо вести активную разработку рекомендаций и предостережений относительно организации эффективной речевой деятельности и создания результативных моделей определенных областей работы применительно к профессиональной индивидуальной и коллективной речевой деятельности.

Тем самым медиалингвистика предстанет научной дисциплиной, в полной мере направленной на изучение закономерностей функционирования языка в разных ситуациях профессионального медийного общения и на описание правил эффективного профессионального речевого поведения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Авдеева И. В. Инженерная коммуникация как самостоятельная речевая культура: когнитивный, профессиональный и лингвистический аспекты. М., 2005.
2. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика. М., 2007.
3. Бессарабова Н. Д. Оценка языка СМИ с точки зрения этических норм // Журналистика и культура русской речи. М., 2002. № 4. С. 32–37.
4. Бессарабова Н. Д. Лингвоэтика, или еще раз об этическом аспекте культуры речи современных СМИ и рекламы // Журналистика и культура речи. М., 2011. № 1. С. 54–63.
5. Голованова Е. И. Теория профессиональной коммуникации в свете когнитивно-дискурсивной парадигмы языкознания // Языки профессиональной коммуникации / Под ред. Е. И. Головановой. Челябинск: Энциклопедия, 2007. Т. 1. С. 29–38.
6. Горбаневский М. В., Караулов Ю. Н., Шаклеин В. М. Не говори шершавым языком (о нарушениях норм литературной речи в электронных и печатных СМИ). М., 2000.
7. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность и структура социальной коммуникации. М., 1984.
8. Дюженко Г. А. Введение в курс документной лингвистики. М., 1973.
9. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. М., 2005.

10. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа речевых жанров / Под ред. М. Н. Кожинной. СПб., 2012. Изд. 2-е.
11. Дускаева Л. Р. Культура и интенциональный стиль // *Стиль и культура*. Stylysika, Opole. 2013. С. 13–27.
12. Каминская Т. Л. Адресат в массовой коммуникации. Великий Новгород, 2008.
13. Казак М. Ю. Современный медиатекст: проблемы идентификации, делимитации, типологии // *Медиалингвистика*. 2014. Вып. 1(4). URL: <http://medialing.spbu.ru/part10/58.html>.
14. Кара-Мурза Е. С. Лингвистические показатели речевых преступлений в политике // *Язык СМИ и политика*. М., 2011. С. 797–855.
15. Кожина М. Н. *Стилистика русского языка*. М., 1977.
16. Кормилицына М. А., Сиротинина О. Б. Функциональная стилистика и её место в современной лингвистике // *Стилистика как речеведение*. Сборник научных трудов славянских стилистов, посвященный памяти М. Н. Кожинной / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М., 2013.
17. Лазарева Э. А. Системно-стилистические характеристики газетного номера. Свердловск, 1995.
18. Лысакова И. П. Тип газеты и стиль публикации: Опыт социолингвистического исследования. Л., 1989.
19. Леонтьев А. А. *Язык, речь, речевая деятельность*. М., 1969.
20. Накорякова К. М. *Литературное редактирование*. М., 2009.
21. Рогова К. А. Синтаксические особенности публицистической речи. Л., 1975.
22. Рогова К. А. Стиль ленинской «Искры» и газета «Новая жизнь»: Лингвистический анализ жанра статьи. Л., 1979.
23. Речевая агрессия в средствах массовой информации / Под ред. Л. М. Майдановой. Екатеринбург, 1997.
24. Этика речевого поведения / Под ред. Л. Р. Дускаевой. СПб., 2009.
25. Салимовский В. А. Вклад М. Н. Кожинной в становление речеведения // *Стилистика как речеведение*. М., 2013.
26. Сиротинина О. Б. *Русский язык: система, узус и создаваемые ими риски*. Саратов, 2013.
27. Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // *Вестник Московского университета*. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2.
28. Сурикова Т. И. Этические проблемы языка массовых коммуникаций: молодежные СМИ, политическая и потребительская реклама // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика*. № 1. 2004.
29. Сурикова Т. И. Этический аспект языка СМИ // *Язык массовой и межличностной коммуникации*. М., 2007.
30. *Стилистика как речеведение*. Сборник научных трудов славянских стилистов, посвященный памяти М. Н. Кожинной / Под ред. Л. Р. Дускаевой. М., 2013.
31. Трескова С. И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1989.
32. *Праксиология / Философия: Энциклопедический словарь*. М.: Гардарики. Под ред. А. А. Ивина. 2004. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/encphilosophy/967/ПРАКСЕОЛОГИЯ>-дата обращения 10 марта 2014 г.
33. Чепкина Э. В. Внутритекстовые автор и адресат газетного текста: Дис. канд. филол. наук. Екатеринбург, 1993.
34. Чепкина Э. В. *Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995-2000)*. Екатеринбург, 2001.
35. Чернышова Т. В. *Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России*. М. 2007.

36. Чернышова Т. В. Стилистический аспект речевой коммуникации и лингвоэкспертная практика // Стилистика как речеведение. М., 2013.
37. Ширяева Т. А. Статус языка в профессиональной коммуникации. URL: http://www.pglu.ru/lib/publications/University_Reading/2009/III/uch_2009_III_00023.pdf — дата обращения 25 мая 2014 г.
38. Шмелева Т. В. Медиалингвистика как медийное речеведение // Медиатекст как полиинтенциональная система / Под ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. СПб., 2012. С. 56-61.
39. Швейцер А. Д. Современная социалингвистика. Теория, проблемы, методы. М., 1977.
40. Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1974.

REFERENCES

1. Avdeeva I. V. Engineering communication as an independent speech culture: cognitive, professional and linguistic aspects [Inzhenernaja kommunikacija kak samostojatel'naja rechevaja kul'tura: kognitivnyj, professional'nyj i lingvisticheskiy aspekty]. Moscow, 2005.
2. Baranov A. N. Linguistic expert examination of the text: theory and practice [Lingvisticheskaja jekspertiza teksta: teorija i praktika]. Moscow, 2007.
3. Bessarabova N. D. Mass media language assessment in the view of ethical standards [Ocenka jazyka SMI s točki zrenija jeticheskix norm]. Zhurnalistika i kul'tura russoj rechi — Journalism and culture of the Russian speech. Moscow, 2002. № 4. P. 32–37.
4. Bessarabova N. D. Lingvoethics, or again the ethical aspect of speech culture of modern media and advertising [Lingvoetika ili eshcho raz ob eticheskom aspekte kul'turi rechi sovremennih SMI i reklamii] // Zhurnalistika i kul'tura russoj rechi — Journalism and culture of the Russian speech. Moscow, 2011. № 1. Pp. 54–63 .
5. Golovanova E. I. Theory of professional communication in the light of cognitive and discursive paradigm of linguistics [Teoriya professionalnoj kommunikacii v svete kognitivno-diskursivnoj paradigmi jazykoznanija] // Languages Professional Communication [Jazyki professionalnoj kommunikacii]; Ed. E. I. Golovanov. Chelyabinsk, 2007. V. 1. P. 29–38.
6. Gorbanevsky M. V., Karaulov J. N., Shaklein V. M. Not say rough tongue (on violations of the literary language in the electronic and print media) [Ne govori shershavym jazykom (o narushenijah norm literaturnoj rechi v elektronnyh i pechatnyh SMI)]. Moscow, 2000.
7. Dridze T. M. The activity and structure of social communication. Moscow, 1984.
8. Dyuzhenko G. A. Introduction to linguistics of Document [Vvedenije v kurs dokumentnoj lingvistiki]. Moscow, 1973.
9. Dobrosklonskaya T. G. The study of media texts [Voprosy izuchenija mediatextov]. Moscow, 2005.
10. Duskaeva L. R. Dialogic nature of speech genres [Dialogicheskaja priroda rechevyh zhanrov] / Ed. M.N. Kozhina. St. Petersburg, 2012. 2nd edition.
11. Duskaeva L. R. Culture and intentional style [Kultura i intencional'nyj stil'] // Style and Culture. Stylistika, Opole. 2013.
12. Kaminskaya T. L. Addressee in mass communication [Adresat v massovoj kommunikacii]. Veliky Novgorod, 2008.
13. Kazak M. Y. Contemporary media text: problems of identification, delimitation, typology // Media Linguistics. 2014. Vol. 1(4). URL: <http://medialing.spbu.ru/part10/58.html>.
14. Kara-Murza E. S. Linguistic indicators of speech crimes in politics [Lingvisticheskie pokazateli rechevyh prestuplenij v politike] // Language Media and Politics. Moscow, 2011. P. 797–855.

15. *Kozhina M. N.* Stylistics of the Russian language [Stilistika russkogo yazyka]. Moscow, 1977.
16. *Kormilitsyna M. A., Sirotinina O. B.* Functional style and its place in modern linguistics [Funkcionalnaja stilistika I jejo mesto v sovremennoj lingvistike] // Stylistics as speech studies. Collection of scientific works of Slavic stylists commemoration M. N. Kozhinoy / Ed. L. R. Duskaeva. Moscow, 2013.
17. *Lazareva E. A.* Systemic and stylistic characteristics of a newspaper issue [Sistemno-stilisticheskie harakteristiki gazetnogo nomera]. Sverdlovsk, 1995.
18. *Lysakova I. P.* Type and style of the newspaper publication: experience of a sociolinguistic research [Tip gazety I stil publikacii: opyt sociolingvisticheskogo issledovaniya]. Leningrad, 1989.
19. *Leontiev A. A.* Language, speech, speech activity [Jazyk, rech, rechevaja deyatel'nost']. Moscow, 1969.
20. *Nakoriakova K. M.* Literary editing [Literaturnoye redaktirovaniye]. Moscow, 2009.
21. *Rogova K. A.* Syntactic features of journalistic speech [Sintaxicheskiye osobennosti publicisticheskoy rechi]. Leningrad, 1975.
22. *Rogova K. A.* Style of Lenin's newspaper "A Spark" and the "New Life" newspaper: a linguistic analysis of an article as a genre [Stil leninskoj 'Iskry' I gazeta 'Novaja zhizn': lingvisticheskij analiz zhanra stat'ji]. Leningrad, 1979.
23. *Verbal aggression in the media [Rechevaya agressiya v sredstvakh massovoj informacii] / Ed. L. M. Maydanovoy.* Ekaterinburg, 1997.
24. *The Ethics of speech behavior [Etika rechevogo povedeniya] / Ed. L. R. Duskaeva.* Saint-Petersburg, 2009.
25. *Salimovsky V. A.* M. N. Kozhina's contribution to the establishment of speech studies [Vklad M. N. Kozhinoy v stanovleniye rechevedeniya] // Stylistics as speech studies. Moscow, 2013.
26. *Sirotinina O. B.* Russian language: the system, language usage and risks created by them [Russkiy yazyk: sistema, uzus I sozdavayemyje imi riski]. Saratov, 2013.
27. *Solganik G. Y.* To the definition of "text" and "media text" [K opredeleniyu ponyatiy "text" i "mediatext"] // Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism. 2005. № 2.
28. *Surikova T. I.* Ethical problems of mass communications language: youth media, political and consumer advertising [Eticheskiye problemy yazyka massovoj kommunikacii: molodezhnyje SMI, politicheskaya I potrebitelskaya reklama] // Vestn. Mosk. Univ. Ser. 10. Journalism. 2004, Number 1.
29. *Surikova T. I.* The ethical dimension of medialanguage [Eticheskij aspekt jazika SMI] // Language mass and interpersonal communication. Moscow, 2007.
30. *Stylistics as speech studies [Stylistika kak rechevedenie].* Collection of scientific works of Slavic stylists in commemoration of M. N. Kozhina / Ed. L. R. Duskaeva. M., 2013.
31. *Treskova S. I.* Sociolinguistic problems of mass communication [Sociolingvisticheskiye problem massovoj kommunikacii]. Moscow, 1989.
32. *Praxeology [Praxeologija] / Philosophy: Collegiate Dictionary.* Moscow. Ed. by A. A. Ivin. 2004. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/967/PRAKSEOLOGIYA.
33. *Chepkina E. V.* Intratextual author and recipient of the newspaper text [Intertextovyye avtor i adresat gazetnogo teksta]: Dis. of Phd. Ekaterinburg, 1993.
34. *Chepkina E. V.* Russian journalistic discourse: text-generating practices and codes (1995-2000) [Russkij zhurnalistskij diskurs: textoporozhdajushije praktiki I kody]. Yekaterinburg, 2001.
35. *Chernishova T. V.* Media texts in the mental-language space of modern Russia [Texty SMI v mentalno-rechevom prostranstve]. Moscow, 2007.
36. *Chernishova T.* Stylistic aspect of verbal communication and the practice of linguistic expertise [Stilisticheskij aspekt rechevoj kommunikacii ilingvoekspertnaja praktika] / Stylistics as rechevedenie. — Stilistika I rechevedeniye. Moscow, 2013.

37. *Shiryayeva T. A.* Status of a language in professional communication [Status jazika v professional'noj kommunikacii]. URL: http://www.pglu.ru/lib/publications/University_Reading/2009/III/uch_2009_III_00023.pdf.

38. *Shmeleva T. V.* Medialinguistics as media speech studies [Medialingvistika kak medijnoje rechevedeniye] // Media texts as a polyintentional system [Mediatext kak poliintentsionalnaya systema] / Ed. L. R. Duskaevoy, N. S. Tsvetovoy. St. Petersburg, 2012. P. 56–61.

39. *Schweitzer A. D.* Modern social linguistics. Theory, problems, methods [Sovremennaja sociolingvistika. Teorija, problem, metody]. Moscow, 1977.

40. *Sherkovin A.* Psychological problems of mass information processes [Psihologi-cheskije problemy massovyh informacionnyh processov]. Moscow, 1974.

УДК 81'42,
ББК 81.2,
ГРНТИ 16.21.55,
КОД ВАК 10.02.19

.....
B. Skowronek
Kraków, Poland

**MEDIA LINGUISTICS.
AN INTERDISCIPLINARY APPROACH
TO THE STUDY OF LANGUAGE
AND MEDIA**

The article is dedicated to media linguistics as a linguistic subdiscipline immanently connected with media studies and cultural studies. Media linguistics is therefore a definitely interdisciplinary project, polymethodological, visibly open for the variety of research pathways. I see a language not only as a system of signs (lexicon and grammar) but also as an element of cognitive structures whose functioning depends on external contexts, especially culture — today predominantly media culture. I define media linguistics as critical linguistics, i.e. using tools typical for “critical analysis of media discourse”.

Key words: *media linguistics, language, media, culture, critical analysis of discourse.*

.....
Bogusław Skowronek, PhD, professor of the Pedagogical University of Cracow, Faculty of Philology.
30-084 Cracow, Podchorążych Street, 2.
E-mail: bosko@up.krakow.pl

© Skowronek B., 2014

Mutual and often very complicated relations between culture, media and language can be looked at from various angles. One can mention an anthropological approach or sociological one, but also psychological, ideological, technological, and last but not least, connected with media studies and linguistics. The approaches mentioned are only a sample from a bigger group. It cannot be denied that contemporary media, often treated as a kind of “manual” of reality for many users and taking part in the process of creating new meaning, provide specific linguistic examples and co-create the linguistic image of the world. The situation of contemporary culture, the status of media studies and linguistics have developed enough to answer fundamental questions: is it possible to create a common field of study that would act as a theoretical and methodological background for various analyses or linguistic phenomena, often formally different and characteristic for specific media technology? The context used is a relation between specific media technology and linguistic and typical linguistic communication phenomena characterising them. One thing is certain. The influence of the media on a language and communication (the use of language) is systemic (they embrace all its aspects and elements), productive (they are the reason of measurable changes in the language itself and in models of communication) and it becomes consolidated (the changes repeat themselves in subsequent linguistic variations). I am sure that linguistics and media studies, studying the influence of media on a language and its later use in society and culture, should have a strong theoretical background, i.e. an isolated and well-defined sub-discipline of linguistics. It is called **media linguistics** [Skowronek 2013]. The term has not been used in Polish lin-

guistics yet. I would also like to stress that the article is exclusively theoretical and methodological.

The main aim of media linguistics is, broadly speaking, to study of the structure and the use of language in the media context; to describe and analyse its subsystems, the mechanisms of creating particular texts (in their genological dimension as well), their pragmatic aims, contextual environment and finally, their means of influence. I am interested in how and to what extent media (understood in terms of technological dimension and ideological boundaries) influence a language (system), its use (texts) and the rules of communication — how they create mental and verbal models. In other words, the main focus of all analyses in media linguistics are all linguistic facts dependent (or motivated by) on media factors, that is, all linguistic occurrences which shape and character are described by particular media, along with all contexts, both technological and ideological ones. Media linguistics looks for explanation of linguistic phenomena in extra — linguistic reality, i. e. media reality (with its numerous social and cultural contexts).

I see media linguistics as a linguistic subdiscipline immanently connected with media studies and cultural studies. It is therefore a definitely interdisciplinary project, polymethodological, visibly open for the variety of research pathways. Interdisciplinarity of media linguistics should be a typical practice of interpretation, a systematic and functionalised activity. The reason for interdisciplinarity of media linguistics is also semantic “excess” of media texts and their verbal shape often impossible to describe in traditional ways that may be the reason of using various — sometimes narrowly specialised — study approaches. Thus, in media linguistics, one should always assume variety of methodologies and multitude of variants of approach. It means that many methodologies, as study procedures typical for media linguistics, are equal. However, they should always be functionalised and relevant. When examining the linguistic layer of media broadcast, one should always analyse it in the context of characteristics typical for a certain medium (technological and broadcasting) and in relation with other semiotic systems, also creating meanings of a given text. Each medium presents linguistic issues in its own or rather ideology’s characteristic way.

In my project of media linguistics, unlike in previous Polish approaches in research of language in the media (mostly formal and structuralist), I choose cognitive semantics and cultural linguistics for the main theoretical background. I treat media linguistics as a media-dependent part of cultural linguistics. I would like to remind that cultural linguistics is a part of broadly understood linguistics, open for external influences and, by definition, crossing the boundaries of purely linguistic analyses. The most important here is studying the relations between language and culture, people and their way of thinking. The basis of study programme of cultural linguistics (as a part of external linguistics) is a search for explanations of linguistic phenomena in the reality of culture and subjective-objective reconstruction of culture included in a language and its texts.

In turn, taking a cognitive semantics approach allows us to study meaning included in linguistic forms and the role played by media mechanisms in its creation. Cognitive linguistics offers us precise tools of holistic description of a language in its cognitive and communicative aspects. One of the main assumptions of cognitivism is that one cannot describe a language in isolation from individual, subjective perception and

thinking processes (they can be derived from one another) which are heavily dependent on various and multi-aspectual external contexts (here: mostly media). Subsequently, I see a language not only as a system of signs (lexicon and grammar) but also as an element of cognitive structures whose functioning depends on external contexts, especially culture — today predominantly media culture. I consider the language in the media to be a linguistic emanation of media images of the world, i. e. discursively attached conceptualisations of phenomena of the reality functioning in broadcasts of respective transmitters. I treat media as — this is one of main assumptions of my theory — “sense-creating” machines, important in human life, which create the images of the world — the media images of the world in a particular way. I treat them as epistemological formations, concreating individual cultural capital. Media, when providing appropriately mediated and verbalised conceptualisations of the phenomena of reality, allow individual recipients to conceptualise the reality individually and to clothe it in variously verbalised individual narrations. It is known perfectly well that the media alone — as appropriately and deliberately prepared semiotic concepts, appropriate representations — neither mirror the reality, nor are they its reflection, but they are surely capable of modifying its shape cognitively, through the variety of meanings that is offered. In such cases we deal with imaging — basic cognitive mechanism: the same phenomenon, situation, event is, due to variety of perspectives and points of view, “portrayed” in various ways with aid of available but alternative means of expression (in official media broadcasts ideologies of individual senders are responsible for that). Media, using verbal expressions suitable for their technology and discursive placement, not only reflect but also — in agreement with cognitive and cultural linguistics — interpret the reality. Media linguistics is therefore characterised by the strong indication of semantic aspect, i.e. the aspect of meaning — an attempt of answering a fundamental question, how media with aid of images of the world they created themselves conceptualise the phenomena of the reality and through which linguistic forms they verbalise these conceptualisations and what the recipients do with these verbalised conceptualisations.

Alongside broadly understood knowledge of culture, media studies and the main fields of linguistics — cultural and cognitive linguistics, analytical tools of other linguistic disciplines, especially sociolinguistics and linguistic pragmatics can be used successfully. In the pragmatic context, the description of multifunctionality and poly-intentionality of individual utterances appearing in media and complex combinations of various speech acts would be the most important. In the context of pragmatic functions, one can mention the existence of several macrointentions (a more general idea) connected with each other and motivating the linguistic shape of a certain message (joining several microacts) in media transmissions. Today, the most visible intention (often the most important) is the creation of phaticity: “being listened to, watched and read”. It is realised through the appropriate creation of communication situation, e.g. diminishing the communication distance by imitating an interpersonal contact (appropriate forms of address), simulating an interaction and equality between the sender and the recipient or by colloquiality of the utterance. In the analysis of media images of the world the speech act theory by John L. Austin and his idea of performatives may come helpful. As it is commonly known, media messages can be neither true nor false. They can be however classified according to their felicity (productivity) or infelicity (unproductivity). A particular text (an im-

age of the world) — conceived in the act of media and linguistic representation — is felicitous only when it is mentally clarified, interpreted, treated as semantically relevant, meaningful and important in the context of its own existence by a recipient and subsequently “composed” into their cognitive resources (of a particular field of knowledge). The creative power of media is exercised e. g. through linguistic utterances which creative power is all about creating appropriate images of reality.

However, in the sociolinguistic perspective analysis of specific varieties of language which I call medialects, seems especially important. Such varieties are used by specialised communities of media (or certain media messages) users connected by strong social bonds and unique language, e. g. computer game players or fandoms of individual media messages. Certainly, pluralistic and polycentric character of contemporary media culture allows various “microideologies” — discourse communities with numerous alternative ways of communication typical for a given group — to appear. Moral code (a set of judgements of the world shared by all members of the group) accepted by media culture users, clear group identity, specific type of interpersonal relations and, last but not least, preferred types, modes and ways of linguistic communication tell us about the existence of such communities. Thanks to that fact, there exist various differently motivated linguistic practices (dependent on media factors) which — each separately — at the same time perform the communication and integration function well. In sociolinguistic approach medialects would be a type of environmental language varieties. The environment would be created by the users of certain media, functioning in stable communities with the strong feeling of difference. A given medialect would join individual members of the group, it would be used to differentiate communities from each other, to yield prestige to them and finally to give them tools to function in the space of a given medium actively and to interpret the reality according to values and opinions shared by the group.

The last methodological assumption of my theory is that I define media linguistics as critical linguistics, i. e. using tools typical for “critical analysis of media discourse”. That activity is supposed to bond linguistic and media analyses in media linguistics investigations and to place them in discursive and ideological practices characteristic for a given medium, respective media institutions and appropriate culture. It is very important to describe formal elements of a certain medially motivated linguistic text properly, but it is even more important to reveal its broader references to structures and processes of society, communication, politics, ideology, culture, and, of course, technology and media. The language in media is always placed discursively, it is “encumbered” ideologically as well as it unveils (in the critical procedure of analysis) multiaspectual media and worldview profile which stands behind a given message being a part of media image of the world. Critical analysis is all about reconstructing certain media and communication conventions used in creation of media text and fostering specific social discourses and propagating particular visions of the world. Recognition and analysis of particular linguistic strategies — techniques of text organisation — enables us to find the key to the specific “discourse order” (term coined by Michel Foucault). It is important to remember that discursive structures, by establishing given images of the world, marginalise other views. One can tell for short that the critical analysis of the media discourse is based on three premises: discourse is a social practice, it creates the reality through social activities (in media) and it uses language to do so.

It is important to highlight the most important stages of critical analysis of media discourse here. My own model of study procedure and subsequent activities that should be the basis of the analysis procedure are presented below:

1. Differentiation of the linguistic text from the broadcast structure of a given medium, polysemiotic analysis of mutual relations and determinants; definition of the logic of a given media technology and its “worldview” (main assumptions behind its functioning) and their influence on the text analysed: the stage of media “denaturalisation” of the text.

2. Study of pragmatic aims of the linguistic text analysed and of its purpose along with establishing its topical fields deciding on its function: the field of politics, entertainment, social activity, information etc.; the stage of pragmatic and functional “denaturalisation” of the text

3. Analysis of formal characteristics of the text, description of particular categories, such as grammar and systemic, stylistic, compositional and genological ones, and presentation how, from the linguistic point of view, they build the media image of the world; the stage of linguistic “denaturalisation” of the text

4. Detection of practices and ideological (social, political and cultural) patterns, both from the sides of the media sender and the recipient, determining the text and their influence on the created image of reality; the stage of discursive “denaturalisation” of the text.

5. Attempt to examine the effects of the influence of the text, presentation of its social circulation and its possible influence on individual users and establishing of patterns of cultural practice. Analysis of preferred ways of reading (created by the author of the text) and possible opposite interpretations; the stage of receptive “denaturalisation” of the text. The stage is difficult to conduct without additional survey of audience.

In my project of media linguistics, I emphasise the cognitive values of media and their “sense-creating” character and the fact that they might become one of sources of definition of reality strongly. The language used influences (not deterministically) our view of the world and functioning in culture and so do the media — they influence (not deterministically) conceptualisations of phenomena of reality, their understanding, evaluation and verbal description (through linguistic constructions typical for their transmissions). The fundamental problem arises — what are the mechanisms of creation of such media images of the world with their linguistic concretisations? I assume that media predominantly modify the culturally consolidated visions of reality (with their linguistic shape), already existing in recipients’ minds. I agree with Teun van Dijk that in a given community there exists a common general cultural knowledge, which can be called “*common cultural ground*”. It can be treated as “the basis of all intra — and intergroup knowledge”, hence various ideologies are based on it. It means that in a given culture the common basis is not discussed, commonsensical and, as a result, unideological. General norms and values shared by all members of a given culture are a part of the common cultural ground [Van Dijk 2003: 9].

I am also sure that media assume the culturally consolidated cognitive structures creating the common rationality, that is, referring to the knowledge and experience familiar to an average user of the cultural space, as the common cultural ground and the starting point for their transmissions. I would like to stress that both van Dijk’s “common cultural ground” and common rationality with common style are unques-

tionable within a given culture. Relying on the common ground of common rationality, the media senders create however, their own visions of reality — media images of the world and their linguistic realisations, suitable for their aims and oriented on certain goals. Owing to the fact that contemporary communication space is filled by numerous media senders, we have to deal with different media discourses with different ideological affiliations and linguistic specificity. Therefore, the main “engine” of media — as sense-creating machines — is based on cognitive and linguistic activities of a creative character; these activities are mostly about ideological modification / reinterpretation / shaping of the linguistically consolidated images of the world existing in common rationality and about deliberate creation of the visions of reality (media images of the world) on their bases.

In media linguistic studies, it should be taken into consideration that it is impossible to speak in general terms about linguistic realisations of various media transmissions like film, press, radio, television or the Internet. Contemporary media offer various linguistic forms as a part of their message. One can find almost all possible variations of language, regardless of their aspect (be it systemic, stylistic, functional or specialist), in the media. There are many criteria of division of media discourses: genre, style, different sources of funding (public vs. privately owned media), definition of the target audience (e.g. gender-based media), political factors (e. g. Catholic media, liberal media). However, the basic criterion is the media technology itself. It is the dominant criterion and it is very effective as it enables us to differentiate between linguistic varieties. It is a comfortable and operational determinant because in reality, when taking all possible linguistic realisations in the media into account, it is the only one that enables us to describe various realisations precisely. For example, in the Internet we can encounter a multitude of various verbal (textual and genological) performances differing from one another considerably (pragmatically, textually, stylistically, formally, in terms of communication etc.). Nevertheless, they are all bound by an important platform- the platform of the Internet. The thing looks similarly in relation with other media.

Therefore, I suggest that the following basic linguistic varieties in the media [Żydek-Bednarczuk 2004; Skowronek 2013: 163] be introduced; they can be called media discourses [Żydek-Bednarczuk 2013]:

- 1) Media discourse of press,
- 2) Media discourse of film,
- 3) Media discourse of radio,
- 4) Media discourse of television,
- 5) Media discourse of the Internet.

Media discourse must be seen as a communication event, which is accompanied by cultural, social and political circumstances. At the same time, it is also a tool of practices of society, culture and of exercising one’s power. So, not only does it contain knowledge (“wrapped” in a given transmission), but also ideology appropriate for the medium and its senders. Media discourses are open sets of utterances, relating to each other and connected with each other by themes, genres and functions [Żydek- Bednarczuk 2013: 188]. It is also important to remember that boundaries of particular varieties are fuzzy (they often “intersect” and interpenetrate). Cognitive assumptions similar to each other and using the continuum of linguistic means and prototypical relations should always be applied.

Unlike previous analyses concentrating only on press, radio, television and the Internet, my analysis also includes film discourse in the set of media discourses [Skowronek 2011]. In my opinion film is a very important medium in the study of medially — motivated language. What interests me most in the media variety of film is verbal language and forms of linguistic communication in a film as elements of represented world thanks to which a viewer, when watching a film, builds coherent conceptualisations of phenomena presented on screen. I do not treat the verbal side of a film only as an effect of authorial creation, language in film is in my opinion a kind of linguistic-cultural “seismograph”, sensitive to social moods and emotions that registers rational and irrational thinking, reveals cultural and ideological codes of a given community. Authorial texts (by screenwriters, authors of dialogues), functioning as a part of soundtrack, reveal extra-individual, common consciousness of a community preserved in a language - social and moral values, norms and opinions and appropriate ways of naming reality perfectly. Such approach is especially important in the context of critical analysis of a media work. Thanks to such analysis, it is possible to recreate the social worldview signed by a screenwriter or a director, to expose their involvement in discursive (social, cultural and political) mechanisms of creating meanings and to reveal not only their individual opinions and value systems but also wider ones — found in general culture, e. g. national stereotypes functioning in a given community and visible in films [Skowronek 2011a].

Is it possible to indicate any dominant platforms that would bind all linguistic media discourses mentioned above: of press, film, radio, television and the Internet? I am willing to take the risk and try to highlight those (the list is probably not exhaustive) common determinants. Those components are cultural and linguistic in nature, i. e. being a part of the external context (cultural and medial) they unequivocally influence (but in different ways) the linguistic stratum of a transmission. The dominants come in my opinion as follows:

1. “Internetisation” which means that the Web, dominant communication space in today’s world, becomes a point of reference for all existing media and linguistic and communication forms characterising the media. The Internet has and still is defining particular technologies and verbal and communication forms again, placing them in new contexts of their functioning and use.

2. “Ideologisation” which means that all media (thanks to their technology and assumptions of their senders) produce certain ideological images of reality — media images of the world — with their verbalised version; it is often the case of planned ideological explicitness, even the bias of the approach, deliberate selectiveness of features helpful in constructing the image of phenomena.

3. “Institutional differentiation” which means that there exist various media institutions which due to their formal and institutional specificity (private / commercial / public / non-commercial media) model appropriate transmissions accordingly (they create media images of the world and their linguistic realisations appropriate for their assumptions). It is strongly connected with “ideologisation”.

4. “Receptive differentiation” which means that media space is divided and we encounter many various (both ideologically and in terms of communication) discourse communities (often different from one another). Each of those interpretative communities (receptive groups) has “their” media and transmissions, types of communication, linguistic images of the world and appropriate ways of using them. Format-

ting of media (radio formats, TV channels) is an example of creation and functioning of such communities.

5. "Axiologisation" (strongly connected with ideologisation) which means that media "govern" individual and extra-individual emotions by appropriate evaluation of the elements of the world. Regulating social phobias, by referring to feelings of pleasure, fear and hope for overcoming them, often becomes the main mechanism of normalisation in the media, that is, pointing out what is socially accepted, embraced, proper, desirable etc.

6. "Tabloidisation" which means that all media transmissions regardless of their primary functions, e. g. informative, provide entertainment and their main aim is to draw the attention of a receiver, which, in turn, is connected with building a space for potential advertisers (a strong connection between tabloidisation and narration of consumerism). Thus, they highlight phaticity, simplify the image of the world, their view of the world is unequivocal, their thesis is explicit and they use the aesthetics of shock, excess, ostentation and drama (often accompanied by fragmentarisation of events, their isolation from more general processes and contexts).

7. "Formal and genological hybridisation" which means that media transmissions with their respective linguistic varieties are characterised by thematical, formal and generic excess and revaluation of stylistics. Communication hybrids appear, they comprise features of various genres in one text or programme. Pragmatical multifunctionality has the effect of interpenetration and joining of intentions of various speech acts. The devaluation of correctness norms is also worth mentioning.

To sum up, only linguistics placed firmly on cultural and cognitive foundation and on media studies knowledge, revealing the mechanisms of media images of the world and combined with critical approach to examined texts and linguistic forms is able to go beyond the level of systemic, formalistic diagnose and to show different and various determinants of the medially motivated language. Those are the characteristics of the authorial subdiscipline of media linguistics, which I present on the Polish ground.

BIBLIOGRAFIA

1. Skowronek B. Film w przestrzeni kultury audiowizualnej. Studia. Szkice. Interpretacje, Kraków, 2011.

2. Skowronek B. Językowy obraz Rosji i Rosjan w kinie polskim po 1990 roku. Rekonesans, „Historyka. Studia Metodologiczne”, tom XLI, 2011a.

3. Skowronek B. Mediolingwistyka. Wprowadzenie, Kraków 2013.

4. Van Dijk T. A. Dyskurs polityczny i ideologia, „Etnolingwistyka”. nr 15, 2013.

5. Żydek-Bednarczuk U. Zmiany w zachowaniach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe (odmiana medialna), (in:) Współczesne odmiany języka narodowego. Ed. K. Michalewski, Łódź 2004.

6. Żydek-Bednarczuk U. Dyskurs medialny, (in:) Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej, Ed. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek — Bednarczuk, Kraków 2013.

REFERENCES

1. Skowronek B. Film in a space of audiovisual culture. Studies. Sketches. Interpretations, Kraków, 2011.

2. Skowronek B. Linguistic image of Russia and the Russians in the Polish cinema after 1990. Overview, [in:] "History. Methodological studies", vol. XLI, Kraków 2011a.
3. Skowronek B. Medialinguistics. Introduction, Kraków 2013.
4. Van Dijk T. A. Political discourse and ideology, [in:] "Ethnolinguistics". Issue 15, 2013.
5. Żydek-Bednarczuk U. Changes in communication behaviour and new linguistic varieties (media variety,) [in:] Contemporary varieties of a national language, Ed. K. Michalewski, Łódź 2004.
6. Żydek-Bednarczuk U. Media discourse [in:] Styles of contemporary Polish language. A guide to Polish stylistics, Ed. E. Malinowska, J. Noćoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków, 2013.

**ПОНЯТИЯ, КАТЕГОРИИ,
МЕТОДИКИ АНАЛИЗА В МЕДИАСТИЛИСТИКЕ**
.....

УДК 659.4:81'42,
ББК Ш 100.3,
ГРНТИ 16.21.33,
КОД ВАК 10.02.19

Б. Боголебска

Лодзь, Польша

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕПОРТАЖЕЙ ВОЙЦЕХА ТОХМАНА

Тохман — представитель польской школы литературного репортажа, автор семи репортажных сборников, в которых освещаются острые общественные проблемы. Его тексты характеризует высокая художественность, мудрость и вневременной характер. В статье рассмотрен идиостиль писателя, в котором обращают на себя внимание метафоры, разговорные и просторечные элементы, глаголы движения, риторические фигуры перечисления, скобочные конструкции, синтаксические параллелизмы, серии вопросов, восклицания, стилистически помогающие передаче натуралистической эстетики, регионального колорита, эссеизации, конденсации. Журналист пользуется текстами в тексте.

Ключевые слова: *стиль, текст, репортаж.*

Барбара Боголебска, доктор наук, профессор, заведующая кафедрой журналистики и общественной коммуникации филологического факультета Лодзинского университета.

90-456 Łódź, ul. Piotrkowska 249, kw. 13.

E-mail: bogo@go2.pl.

© Боголебска Б., 2014

Войцех Тохман — один из выдающихся представителей польской школы литературного репортажа, журналист, который уже более двадцати лет связан с газетой “Gazeta Wyborcza”, автор семи сборников репортажных рассказов, портретных очерков и интервью.

Его литературная деятельность — это не только характерное для репортажа воспроизведение, но также и создание действительности. Компетентность и коммуникативно-языковые навыки соединяются у него с творческим мастерством. Одни из его публикаций, например *Córeńka <Доченька>* [Tochman 2005], приближаются к литературе, другие — к журналистике: границы здесь нечеткие.

В разговоре с Агатой Вуйциньской [Wójcińska 2011: 68-69] репортер сказал: *Pisanie to chłodna percepcja, jak rozwiązywanie matematycznego zadania. Rytm, liczba sylab, interpretacja i tak dalej. Każde słowo musi być użyte świadomie, każde musi być po coś <Писательство — это холодная перцепция, как решение математической задачи. Ритм, число слогов, интерпретация и так далее. Каждое слово должно быть использовано, осознано, каждое должно чему-то служить>* (здесь и далее по тексту перевод автора на русский язык приводится в угловых скобках). Позже он сформулировал свое творческое кредо: *Reportaż nie znosi fantazji <Репортаж не терпит фантазии>* [Tochman 2013: 11]. Статья является попыткой анализа идиостиля выдающегося журналиста.

Очень активны в стиле этого автора **разговорные и просторечные элементы** — эта черта характерна как для речи СМИ, так и для современной польской речевой культуры в целом. Именно разговорность считается языком «близости». Даже при описании

трагических событий в качестве средств экспрессии появляются «крепкие» слова, вульгаризмы, особенно в представлении социальных групп, которые их используют (наркоманы, заключенные, больные), они появляются в повествовании (*syf 'срач', tyłek 'задница', sika 'писаем', ścierwo 'падаль', wte...wewte 'как попало', 'черт знает как (где, куда)', zipie 'ныхтит', super 'супер/класс'*).

Часто Тохман применяет при описании **риторику перечисления**, придающую репортажу особую точность. Нагромождение близких по значению определений становится у репортера одним из принципов построения текста и стилистической доминантой. Например, в изложении правил, действующих в сиротском приюте [Tochman 2013b], используется двадцать шесть определений оттенков зеленого, ср. двенадцать цветов растений на индонезийском острове Бали [Tochman 2005]. При сравнении нашедших друг друга близнецов перечисляются объединяющие их черты: *Czytali Marksa, Twaina, Centkiewiczów, Jacka Londona, potem Hemingwaya. Nie lubili wuefu, a najbardziej gry w nogę. Dzisiaj jeżdżą na nartach, nieźle pływają, lubią piwo, wódkę piją tylko z tonikiem, wymiotują po whisky* <Читали Маркса, Твена, Сенкевичей, Джека Лондона, потом Хемингуэя. Они не любили физкультуру, а больше всего — играть в футбол. Сегодня ходят на лыжах, неплохо плавают, любят пиво, водку пьют только с тоником, их рвет после виски> [Tochman 2010:71]. Это также может быть список вопросов, которые задаются кандидатам в монахи [Tochman 2010]; перечисление травм, полученных в результате аварии [Tochman 2007]; фрагментов тел, выкопанных из гробов массовых захоронений [Tochman 2002]; фамилий пропавших без вести детей: *Szypković — siedem dni, bez imienia, Asim Szypković (17 lat), Huso Szypković (3 lata), Huso Aliczic (8 lat)* <Шупкович — семь лет, без имени, Асим Шупкович (17 лет), Гусо Шупкович (3 года), Гусо Аличич (8 лет)> [Tochman 2002: 69].

Одноклассники Гжегожа Пшемька, одного из героев репортажей, вспоминают его следующим образом: *...mówią przymiotnikami: mądry, inteligentny, otwarty, tolerancyjny, oczytany, dobry, serdeczny, ciepły, życzliwy, wrażliwy, uczuciowy, pogodny, niezwykły, niebываły, inny* <...говорят прилагательными: умный, интеллигентный, открытый, терпимый, начитанный, добрый, сердечный, теплый, доброжелательный, впечатлительный, чувствительный, спокойный, необычный, небывалый, не такой, как все > [Tochman 2000: 53].

В авторском стиле Тохмана обращают на себя внимание **скобочные конструкции**, а в них — объяснения, примечания, замечания, добавления, дополнительные подробности. Примером такой «скобочной» фигуры (парентезы) являются определения внешности героев, например: *(twarz niemłoda, życzliwa, poraniona), (szara, zmęczona, może przed pięćdziesiątką, może po)* <(лицо немолодое, доброжелательное, израненное), (неприметная, усталая, может, ей чуть больше или меньше пятидесяти)> [Tochman 2007].

Существенна — как и подобает репортажам — **детализация** в изложении, например, описание хромосом в случае эксгумационного анализа DNA или так называемых *body bag* — мешков для тел [Tochman 2002]. Упоминание о некоторых из них (как, например, найденная игрушечная фигурка Супермена или руандийское мачете) вырастают до символа.

Характерна для документально-репортажного творчества, в том числе для стиля Тохмана, **натуралистическая эстетика**. Шокирующие описания

ярко экспрессивны, в частности, передаются элементы уродства, например: *Amputował nogi i ręce tym, co miał: brzytwą i sierpem* <Ампутировал ноги и руки тем, что у него было под рукой: опасной бритвой и серпом> [Tochman 2002: 24].

Синтаксический параллелизм Тохман использовал, описывая расследование по делу пропажи девочки. Ряд повторяющихся конструкций начинается формулой: *Trzeba było zapytać, dlaczego* <Надо было спросить, почему> [Tochman 2007]. Другой пример: *Że był stos ciał? Że brałam w rękę kamień po kamieniu? Że rzuciłam kamień w zwłoki?* <Была ли груда тел? Брала ли я камень за камнем в руку? Бросила ли камень в мертвые тела?> [Tochman 2010: 71].

Появляющиеся в репортажах Тохмана **серии вопросов** выражают сомнения, недосказанность, подчеркивают драматизм, например: *Tym, którzy dziecka nie znaleźli, można by dzisiaj zadać pytania: jak wyglądają ich noce, poranki? jakie marzenia pochowali w trumnach? czego w ich życiu już nie będzie, a miało być? na co liczyli? dziecko miało zostać lekarzem? inżynierem? wnuki miały być kiedyś na świecie? co teraz z podręcznikami, zeszytami, komputerami? z ubraniami? ze złością na umarłych, którzy zawinili? na tych, co przeżyli? na Boga? Czego im życzyć na Boże narodzenie?* <Тем, кто не нашел ребенка, можно было бы задать вопросы: как выглядят их ночи, утра? какие надежды они похоронили в гробах? чего в их жизни уже не будет, а должно было быть? на что они рассчитывали? ребенок должен был стать врачом? инженером? внуки должны были появиться когда-то на свет? что теперь с учебниками, тетрадями, компьютерами? с одеждой? со злостью на умерших, которые виновны? на тех, кто выжил? на Бога? чего им пожелать на Рождество Христово?> [Tochman 2007].

Появляются также риторические вопросы: *Dentyści? Jest kilku, zwykle nie mają sprzętu ani preparatów koniecznych do pracy* <Стоматологи? Есть их несколько, обычно без необходимой для работы аппаратуры и препаратов> [Tochman 2010: 12].

Любопытны полемические вопросы, которые задает Тохман в интервью [Górny, Pasek, Tochman 1991]. Интересна форма текста *Wywiad, którego nie ma* <Интервью, которого нет>, из которого узнаем только подготовленные журналистом вопросы, поскольку епископ Алоизий Оршулик не дал интервью.

Черты **научного стиля**, например **медицинского**, обнаруживаются в обилии используемых Тохманом терминов, называющих болезни героев (*ablepharon macrostomia syndrome*, co oznacza zespół braku powiek i ogromne usta <*ablepharon macrostomia syndrome*, что означает синдром отсутствия век и огромные губы> [Tochman 2010], типы памяти, нейропсихологические определения, исследования и лекарства [Tochman 2002; 2007].

Для передачи **регионального колорита** в путевых репортажах Тохман использует местные слова, встречающиеся у жителей описываемой местности, например балийцев (*natah, aling-aling, banjar, kulkul*); тибетцев (*kang, chen, dzod, nga*); в репортаже, описывающем землетрясение в Умбрии, характеризуются местные слова итальянцев (*terrenoto, boato, cimitero, molto bravo, molto religioso, molto buona persona*); южных славян (*sekundarna grobnica, czetnicy, szeszeljowcy, burek, japrak, baklava*); филиппинцев (*sementeryo, sepultereros, tagalog, senora*), рундзийцев (*sorgo, interhamwe, urwagwa, mwami, amakuru, muzungu*).

В репортаже о рынке проституции в Берлине автор разместил краткий немецкий словарь, а в тексте об экскурсии иностранных туристов на Филиппи-

ны — обороты из разных языков (в том числе типичные для экскурсий повторяющиеся формулы: *Idziemy dalej!* <Идем дальше!>) [Tochman 2013].

Многочисленны в таких публикациях географические названия и топографические сведения (например, тибетское *Kongczendzonga, Sikkim, Lhotse, Mahalu*) [Tochman 2010]; *Nowe Serbskie Sarajewo i Serbska Ilidža to gminy, które graniczą ze stolicą Federacji Bośniacko-Chorwackiej* <Новое сербское Сараево и сербская Илиджа — это общины, которые граничат со столицей Федерации Боснии и Герцеговины> [Tochman 2002: 39].

Драматичность описанию происшествий придают **глаголы движения**: *nadjechali* ‘приехали’, *biegali* ‘бегали’, *szamotali się* ‘метались’, *wsiadali* ‘садились’, *pędzili* ‘гнали’, *szukali* ‘искали’ [Tochman 2007], номинативные конструкции: *Zatrzymanie akcji serca. Koniec. Cicha noc* <Остановка сердца. Конеч. Тихая ночь> [Tochman 2007] или **восклицания**: *Niech pan nie wyprzedza! I jeszcze: - To koniec!* <Не обгоняйте же! И еще: — Это все!> [Tochman 2007: 141]; *Przyj! Przyj! Żywe! Mocniej przyj! Nieżywe! Przyj! Żywe! No! Przyj! Nieżywe!* <Тужься! Тужься! Живой! Сильнее тужься! Мертвый! Тужься! Живой! Ну же! Тужься! Мертвый!> [Tochman 2013: 37].

Однако порою поражает исключительная точность выражения в немногословии, например, когда автор пишет *Jakbyś kamień jądła* <Как будто бы ела камень> [Tochman 2002] о последствиях войны в странах бывшей Югославии: концентрационных лагерях, массовых экзекуциях, могилах, эксгумациях. Эту черту стиля в творчестве Тохмана выделяет известный репортер Малгожата Шейнерт: *Nie pisze niepotrzebnych słów* <Он не пишет ненужных слов> [Tochman 2000: обложка].

В текстах нередко появляются изысканные **метафоры** (например, *Ja się cała nazywam Wątpliwość* <Меня всю зовут Сомнение>; *dusza od razu mniejsze boli* <душа сразу же меньше болит>) или **сравнения** (например, *patrzyli na ogień. Jakby mojąszowu krzak wyrósł na środku drogi* <смотрели на огонь. Как будто моисеев куст вырос на середине дороги>; *Symbiotyczne zespolenie. Jakby córka nigdy do końca nie opuściła ciała matki* <Симбиотическое соединение. Как будто дочь до конца не оставила тела матери>), **анимации („оживление”)** (*Bo Rwanda ma uszy* <Так как у Руанды есть уши>). Что интересно, Тохман даже о работе репортера пишет метафорично: *Zdobywają zaufanie ludzi, kolonizują ich dusze, aby wziąć od nich to, co mają najcenniejszego: ich story* <Завоевывают доверие людей, колонизируют их души, чтобы взять у них самое ценное: их story> [Tochman 2013: 114].

Репортер умело передает запахи (*cuchnie; smród; Pachniała olejem eukaliptusowym* <воняет; зловоние; Пахла эвкалиптовым маслом>), он блестящий мастер **звукописи**: *Karaoke, maryjne litanie, śmiechy, krzyki, klaksony, motory, pisk hamulców, stukot junk shopów* <Караоке, литании Пресвятой Деве Марии, смех, крики, клаксоны, двигатели, писк тормозов, стук лавки старьевщика> [Tochman 2013: 19].

Неоднократно Тохман обращается к технике **контраста**, например **антитезы**: *Sarajewo: żebracy, nędza, bezrobocie, problemy, jak wszędzie w byłej Jugosławii. Ale jest też uśmiech, muzyka, kawiarnie (setki kawiarni!), hałas, tłum na deptaku i pieniądze; Ktoś ... krzyczy, wyje raczej. Ktoś się śmieje* <Сараево: попрошайки, нищета, безработица, проблемы, как везде в бывшей Югославии. Но есть улыбки,

музыка, кафе (сотни кафе!), шум, толпы на улице и деньги; Кто-то... кричит, скорее воет. Кто-то смеется» [Tochman 2002: 39,43].

Порой это шокирующие сочетания или **парадоксы**: *figura czarnej Maryi, dalej burdel* <фигура черной Марии, далее бордель> [Tochman 2013: 19]; *centarz to superkomfort, powietrze i relaks* <кладбище — это суперкомфорт, воздух и отдых> [Tochman 2013: 24]; *Bieda jest cnota* <Нищета — это добродетель> [Tochman 2013: 26]. Впрочем, описываемые Тохманом Филиппины — это страна контрастов: развивающийся рынок и страна трупоб [Tochman 2013].

Своеобразны формы авторского ввода высказываний персонажей. В новейшем репортаже *Eli, Eli* [Tochman 2013] используются специальные формулы: *(opowieść Edwina N.; od mamy wiemy najwięcej; pan Sy Chua mówi; proboszcz wujaśnia chętnie* <рассказ Эдвина Н., от мамы знаем больше всего, господин Си Чуа говорит, ксендз охотно объясняет>), которые сопровождаются многоточием. В других текстах появляются определения, такие как: *powiem pani, jak jest...* <я скажу Вам, как обстоит дело...>.

В репортаже, посвященном трагически погибшей гималаистке Ванде Руткевич, Тохман приводит высказывания героини из ее книг об альпинизме и проведенных с ней интервью [Tochman 2010].

Для стиля повествования характерны реконструкции событий, с датами и часами, — так было в случае последней экспедиции героини.

Герои могут быть представлены официально: *Doktor Ewa Klonowski: rocznik 1946, z wykształcenia antropolog, członek Amerykańskiej Akademii Nauk Sądowych, mężatka, matka, emigrantka stanu wojennego, kiedyś zamieszkała we Wrocławiu, teraz na stałe w Rejkiawiku (Islandia)* <Доктор Ева Клоновски: год рождения 1946, по образованию антрополог, член Американской Академии судебно-экспертных наук, замужем, мать, эмигрант военного положения, когда-то проживала во Вроцлаве, в настоящее время постоянное место жительства — Рейкьявик (Исландия)> [Tochman 2002: 12].

Использование **текстов в тексте** приводит к своеобразной многостильности изложения. Например, в официальных документах персонажей мы наблюдаем стиль заявлений в суд [Tochman 2013,b]; газетных объявлений о поиске героев [Tochman 2005]; цитат из книг (как эпиграф в основном тексте). Интересна форма **ввода гипотетического ответа** героя на письмо: *Gdyby Alina P. знаła nazwisko i adres nadawczyni i chciała jej szczerze odpisać, list mniej więcej wyglądałby tak:...* *Tak mógłby wyglądać ten list, gdyby Alina P. go napisała* <Если бы Алина П. знала фамилию и адрес отправителя и хотела бы ей искренне ответить, письмо более или менее звучало бы так: ...Так могло бы выглядеть письмо, если бы Алина П. его написала> [Tochman 2007: 37, 41].

Укажем также на смс-сообщения, частные телеграммы или электронные письма, отправленные из заграничных путешествий, использование которых придает изложению полистилизм. Обращает на себя внимание электронное письмо, так называемое «невозможное», отправленное погибшей коллеге — репортеру Беате Павляк (репортер погибла во время террористического акта): *Beato Droga, od paru dni szukam Cię na Bali. Smutno tu i pusto. Wszyscy się o Ciebie martwimy. Nie dajesz znaku życia od dnia zamachu w Kucie. Ale wierzymy, że żyjesz i tylko się gdzieś zaszylaś. Czeka na Ciebie mama. Mnóstwo ludzi się o ciebie martwi. Jeśli odbierzesz tego maila, daj nam znać. Mam Twój bagaż. Przeglądam Twoje notatki.*

Mieszkam w Sanur, w Villa Puri Ayu. Jakbyś przyszła, to chyba bym się przewrócił! Beata, jeśli potrzebujesz jakiegokolwiek pomocy, daj mi natychmiast znać. Całuję Cię mocno i nieustannie myślę o Tobie, odezwij się skądkolwiek. Wojtek <Беата, дорогая, несколько дней я ищу тебя на Бали. Печально здесь и пусто. Все за тебя беспокоимся. Со дня теракта в Куте ты не подаешь никаких признаков жизни. Но мы верим, что ты жива и только где-то спряталась от мира. Ждет тебя мама. Множество людей за тебя беспокоится. Если получишь этот мейл, дай знать. У меня твой багаж. Я просматриваю твои записи. Живу в Санур, в Вилла Пури Аю. Если бы ты пришла, то, наверное, я бы упал! Беата, если тебе нужна хоть какая-то помощь, дай мне сразу же знать. Целую тебя крепко и постоянно думаю о тебе, ответь все равно откуда. Войтек> [Tochman 2005: 111–112].

Примечательно использование молитв или их фрагментов (например, мусульманской, которую поет имам) — особенно много молитв, вплетенных в текст, встречаем в репортаже «Eli, Eli» о католических Филиппинах; фрагмент обращения Папы Римского; цитаты из Интернет-чатов; надгробные надписи; анкеты разыскиваемых; стихи (например, стихи одного из героев — Гжегожа Пшемька и его матери Барбары Садовской, или же поэтессы Марты Кухарской, замороженной поэзией Эдварда Стахуры); записи в дневнике; фрагменты школьного сочинения; дневник героини; заметка или же реклама. Они создают своеобразные стилистическо-языковые игры.

Чертой стиля журналиста становится **интертекстуальность** — Тохман ссылается на свой более ранний репортаж в «Gazeta Wyborcza» [Tochman 2000] или же цитирует высказывания Петра Скжинецкого из интервью для «Контрастов» [Tochman 2000].

В текстах репортажей мы находим пример **жанровой стилизации проповеди**. Репортаж, представляющий ксендза-гомосексуала, начинается со слов: *Dzisiaj, drodzy bracia i siostry, obchodzimy światowy dzień chorego <Сегодня, дорогие братья и сестры, мы отмечаем Международный день больного>*, а целый текст является видом исповеди-признания, которая заканчивается следующим образом: *Tyle. Wszystko, co tu powiedziałem, jest prawdą. I tej homilii nigdy nie wygłoszę, choć myślę o niej codziennie <Это все. Все, что я здесь сказал, правда. И этой проповеди я не прочитаю, хотя думаю о ней каждый день>* [Tochman 2007: 117, 138].

Обратим также внимание на мастерство **описаний** у репортера: *Mieszkali w glinianym domu na zielonym zbocz, które łagodnie spadało do jeziora Kivu. Jezioro jest wielkie, głębokie, czasem niebieskie, niekiedy czarne, zawsze piękne <Они жили в глиняном домике на зеленом склоне, который мягко сходил к озеру Киву. Озеро большое, глубокое, временами голубое, порой черное, но всегда красивое>* [Tochman 2010: 9].

Фотографии Гжегожа Велницкого, на которых представлены герои репортажей, весьма обогатили том «Eli, Eli» [Tochman 2013]; фото являются отправной точкой для рассказов репортера. Описания фотографий в номинативных предложениях — это как бы остановленные в кадре истории, например: *Nie są szczęśliwe oczy dziecka, które na nas patrzy. Twarz za drutami, za białą kratką-półką ze starej lodówki przyniesioną z junk shopu <Глаза ребенка, которые смотрят на нас несчастливы. Лицо за проволокой, за белой решеткой — полка от старого холодильника, принесенного от старьевщика>* [Tochman 2013;15]. Одновременно появляются в тексте термины, связанные с искусством фотографии:

kadruje, zumuje, filtr 60, ledowe lampy, domknąć przysłone, migawka, szeroki kadr, detal <раскадрирует, зуммирует, фильтр 60, ледовые лампы, закрыть плотнее диафрагму, фотографический затвор, широкий кадр, деталь> или же вторяющаяся лексема *Pstryk!* <Щелк!>.

Таким образом, мы видим, что стиль авторских репортажей Тохмана отличает истинное мастерство, как подобает, впрочем, ученику Ханны Кралль и Ришарда Капуциньского. Важность тем (войны и их последствия, катаклизмы, нищета, общественная паталогия, болезни, насилие, поиски пропавших, драмы и страдания, геноцид и т. д.), особенности передаваемого настроения, атмосферы придают стилистической ткани текста художественный, умозрительный и вневременной характер. Свидетельством тому служат афоризмы, например: *Bliskość ofiar i katów to bliskość śmierci; Przyszłości nie można budować na żałobie i smutku. Ani na poczuciu winy; życie nie zwycięża śmierci; Wojna i ludobójstwo zmieniają stosunek do ciała* <Близость жертв и палачей — это близость смерти, Будущее нельзя построить ни на трауре и печали. Ни на чувстве вины; жизнь не побеждает смерть, Война и геноцид меняют отношение к телу> [Tochman 2010]. Репортер минимумом слов пытается передать максимум содержания, стремясь, как Ришард Капуциньский, к эссеизации, лаконизму и афористичности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горный Г., Пасек В., Тохман В. Преступники. Бытом, 1991.
2. Капуциньский Р. Автопортрет репортера. Краков, 2006.
3. Тохман В. Да благословит вас Бог. Wołowiec, 2013[a].
4. Тохман W. Братья и сестры // Сделано в Польше. Антология репортеров „Широкоформатные”. Варшава, 2013[b].
5. Тохман В. Доченька. Краков, 2005.
6. Тохман В. Сегодня мы обращаем смерть. Воловец, 2010.
7. Тохман В. Эли, Эли. Воловец, 2013[c].
8. Тохман У. Как будто бы ела камень. Сейны, 2002.
9. Тохман В. Шаги не горят. Краков, 2000.
10. Тохман В. Бешеная собака. Краков, 2007.
11. Войцинска А. Репортеры без фантастики. Разговоры с польскими журналистами. Воловец, 2011.

REFERENCES

1. Górny G., Pasek W., Tochman W. Sprawcy. Bytom, 1991.
2. Kapuściński R. Autoportret reportera. Kraków, 2006.
3. Tochman W. Bóg zapłać. Wołowiec, 2013[a].
4. Tochman W. Bracia i siostry // Made in Poland. Antologia reporterów. «Dużego Formatu». Warszawa, 2013[b].
5. Tochman W. Córeńka. Kraków, 2005.
6. Tochman W. Dzisiaj narysujemy śmierć. Wołowiec, 2010.
7. Tochman W. Eli, Eli. Wołowiec, 2013[c].
8. Tochman W. Jakbyś kamień jadła. Sejny, 2002.
9. Tochman W. Schodów się nie pali. Kraków, 2000.
10. Tochman W. Wściekły pies. Kraków, 2007.
11. Wójcińska A. Reporterzy bez fikcji. Rozmowy z polskimi reporterami. Wołowiec, 2011.

УДК 659.4:81'42,
ББК Ш 100.3,
ГРНТИ 16.21.33,
КОД ВАК 10.02.19

В. И. Ивченков

Минск, Республика Беларусь

РОЛЬ СТИЛИСТИКИ В ИЗУЧЕНИИ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА КАК СОЦИАЛЬНОГО ДЕЙСТВИЯ

В статье рассматривается междисциплинарный характер журналистики как сферы научного познания, установлено проблемное поле интеграции журналистских исследований с дискурсным анализом СМИ, определена онтология такого взаимодействия, выявлена связующая роль стилистики в изучении языкового факта как социального действия.

Ключевые слова: журналистика, риторика, стилистика, текст, дискурсный анализ СМИ.

Виктор Иванович Ивченков, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой стилистики и литературного редактирования Института журналистики Белорусского государственного университета.
220004, Республика Беларусь, Минск, ул. Кальварийская, 9, к. 407.
E-mail: diskurs03@mail.ru.

© Ивченков В. И., 2014

Журналистика как система научных представлений все чаще прибегает к попыткам включиться в проблемное поле других наук. Справедливы по этому поводу замечания методологического характера некоторых ученых: «Мы многое черпаем у историков, филологов, философов, но мало что им даем. Представители других наук не хотят или не могут воспользоваться достижениями теории журналистики» [Панельные дискуссии... 2013]. Действительно, пока мы можем говорить только о намерениях взглянуть на смежные области исследования.

Сложившаяся ситуация закономерна и имеет гносеологические корни. Взгляд на журналистику как науку у многих вызывал (вызывает и поныне) скепсис. Причина этому — размытый и, к сожалению, точно не установленный онтологический статус данной науки, что кроется, по-видимому, в триединстве журналистики как профессиональной деятельности, методологии творчества и зыбко устанавливающейся сферы научного познания.

В эпоху информационного общества проблема признания за журналистикой права на теоретическую и методологическую, т. е. научную, востребованность кажется парадоксальной. Появление информационных технологий, взорвавших мир и планомерно «преобразующих его в виртуальный», было вызвано именно технологическим характером журналистики: основная движущая сила постиндустриального общества — компьютеры — вывели информационные технологии на новый уровень, как когда-то телевидение, а еще ранее — печать. IT охватывают все области создания, передачи, хранения и восприятия информации. Меняется

профессиональная роль журналиста: из недавнего агитатора и пропагандиста он переопределяется в коммуникативного лидера, мобильно формирующего контент-среду и тонко влияющего на массовое сознание. Методы журналистского творчества претерпевают качественные изменения в сторону еще большей технологизации процесса, с одной стороны, и нарастания индивидуального начала — с другой. Возникает журналистика мнений: сегодня мы говорим о персонифицированности современного журналиста, равно как и о медиацентричности мира. Все это происходит на фоне интегрированных учений, связующим звеном которых является информация как инструмент познания действительности.

При этом следует признать следующий факт. Исследования журналистских проблем в прошлом веке доминировали в русле дескриптивной науки, прежде всего — исторической. Для этого были достаточные основания: аналитике нужны системные описания, классификационные обобщения эмпирического материала (сведений, знаний, полученных только из опыта, из наблюдения фактов, без их анализа и рассмотрения во взаимосвязи). Проблемно-аналитическая, теоретическая журналистика (как сфера научного познания) развивается сравнительно недавно, когда появляются работы Е. П. Прохорова, В. В. Ученовой, Я. Н. Засурского, Е. Л. Вартановой, С. Г. Корконосенко, Г. Я. Мельник, Г. Я. Солганика, Н. Т. Фрольцовой и др.

Однако на фоне происходящих процессов в практической журналистике теория часто не предвещает события, а является лишь запоздалой реакцией на происходящее. Теоретики журналистики как данное вынуждены были принять дигитализацию, породившую конвергенцию СМИ. Сейчас это приводит к концептуальной трансформации редакций и в организационно-управленческом, и производственно-технологическом, и правовом, и методологическом, и образовательном планах. Так, профессор Е. Л. Вартанова пишет: «В медиаисследованиях мы обнаруживаем столкновение фундаментальности и прикладного характера, анализируя практику, не всегда создаем теорию. Используя междисциплинарный подход, вычленим узкие проблемы. И зачастую наиболее глубокие суждения о состоянии СМИ дают практики индустрии, а не академические исследователи. Это подчеркивает тот факт, что наша наука еще не очень структурирована и нечетко видит свои границы» [Вартанова 2013].

Журналистика адаптирует научно-практическое знание к массовому сознанию в целях принятия последним моделей поведения, политических предпочтений, культурных ценностей, морали, этики, эстетики. Медиа культивируют идеологию развития общества, журналистика проникает во все сферы жизни людей, ее начало основано на смежности, междисциплинарности, и она глубоко исторична. Взгляд на труды античных авторов подтверждает это. Журналистика как сфера научного познания восходит к классификации наук Аристотеля, безраздельно господствующей в европейской культуре вплоть до Фр. Бэкона. У Аристотеля это третья область теоретического знания — творческая, куда в качестве частнонаучного знания относится риторика. В силу разных обстоятельств (и прежде всего по причине падения рабовладельческой демократии) риторика на исходе античности приходит в упадок и превращается в схоластическую дисциплину, пронизанную каталогизацией приемов и номенклатурой тропов, фигур. Уже к IV в. риторика совпадает с понятием

литературы. Возрождается теория о нахождении материала (*inventio*) в литературном произведении, в компетенцию риторики вплоть до XIII в. входит любой материал, о котором автор должен был иметь ясное и рациональное представление (*intellectio*).

Средневековая риторика сохранила (и передала современной журналистике) учение о триединой задаче: *docere, movere, delectare* (информировать / учить, побуждать / воздействовать / влиять и развлекать). В Италии блестящее преломление это находит в теории трех стилей, разработанной в свое время Аристотелем и действующей в разное время во всех странах Европы (в России воплотилась в теории М. В. Ломоносова). В риторике зарождается новый классицизм: всякая речь должна или доказывать (низкий стиль), или живописать (средний), или увлекать (высокий). В XVIII в. риторика теряет статус науки и растворяется в стилистике, в которой наряду с другими функциональными стилями вычленяется публицистический, где в распоряжение журналиста дается арсенал речевых средств информирования, воздействия и установления контакта в целях развития перлокутивного эффекта (персуазивного или развлекательного). Сегодня информационный продукт рассматривается как социальное действие, непосредственно связанное с локальной и темпоральной соотнесенностью, как явление коммуникации и познания.

Журналистика в современном понимании науки зиждется на трех аристотелевских китах: философии, политике, риторике. В последующем классификации наук конкретизировались, дополнялись, детализировались. Однако номинативного обозначения журналистика в них не нашла. Сегодня это отражается в смежности журналистской науки в таких «состоявшихся» областях, как история, филология, политология, социология.

И все-таки осознание в мире необходимости культивирования научных интересов в области журналистики очевидно, свидетельством чего являются изыскания Международной ассоциации медийных и коммуникационных исследований, хотя и здесь, по утверждению Е. Л. Вартановой, «не сформулирован единый подход и нет общей парадигмы». «У нас, медиаисследователей, — пишет Е. Л. Вартанова, — нет „формулы Эйнштейна“, которую признают все. Хотя большинство ученых сходятся в том, что ключевые вопросы разрабатывались академическими школами в США, в Западной Европе и важнейшие теоретические подходы были сформулированы в СССР. При этом Западная Европа предоставляет довольно широкий спектр направлений — скандинавское, британское, франкофонное, германоцентричное. И даже несколько малых стран, таких как Нидерланды, Бельгия, Швейцария и Финляндия, по мнению гуру теории массовой коммуникации Д. МакКуэйла, создали достаточно весомый вклад в научную теорию». В конечном итоге подводится итог: «Сегодня российская наука о журналистике и СМИ требует обновления, модернизации и интеграции как существующих парадигм, так и тех, которые были у нас. Более того, она требует интеграции новых полей, новых реальностей, которые возникают вокруг нее. Необходим теоретический и, как следствие, образовательный прорыв, потому что наша академическая теория должна определить место, функции и роли журналистики в современном обществе» [Вартанова 2013]. Это становится в большей степени актуальным для современного общества, когда развитие стратегий и целей функционирования средств мас-

совой информации, поведение и ценностные установки изданий, телерадиоканалов, интернет-источников и отдельных журналистов оказывают воздействие на развитие всего общества больше, чем циркуляры, активнее, чем художественная литература, формируют речевое поведение общества.

Точек соприкосновения журналистики и других наук много, что особенно явно выражается в ее когнитивной сути. Перспектива таких исследований очевидна. Интегрирующим началом взаимопроникновения интересов журналистики и смежных наук, несомненно, становится дискурсный анализ СМИ, где медиатекст представлен в качестве феномена, содержащего широкий круг когнитивных, прагматических указателей на устройство общества, социальные и духовно-нравственные приоритеты его развития.

В этом плане в русле современных медиаисследований большой интерес представляет эволюция знания в векторном направлении: текст — стиль — дискурс.

Журналистский текст выступает в качестве своеобразного барометра изменений жизни общества, оперативно отражает их. В силу экстралингвистических влияний (оперативность распространения, массовость и др.) в медиатексте прослеживаются эволюционные сдвиги в синтагматике языковых знаков, творчески реализуются парадигматические возможности языка. Журналист, создавая авторский текст, декодирует действительность.

Процесс познания текста, его производства, планирования, проектирования и понимания базируется на основном постулате медиатекстовой реализации: на тесной связанности вербального акта и социального действия. Например, публицистические тексты отличаются необыкновенной широтой тематики, они могут касаться любой темы, попавшей в центр общественного внимания. Это естественным образом влияет на журналистскую речь: возникает необходимость включаться в сферу специальной лексики, требующей пояснений, а иногда и развернутых комментариев. В то же время ряд тем постоянно находится в поле зрения общественного внимания. Лексика, относящаяся к этим темам, приобретает публицистическую окраску. Формируется слой речевых единиц, характерных для публицистического стиля, коммуникативная предназначенность которого способствует возникновению своеобразного тезауруса. Последний определяется не жанрово и не функционально, а социальной обусловленностью коммуникации, которая становится важным механизмом в становления индивида как социальной личности, проводником установок социума. Можно сказать, что в роли социального процессора журналистский текст служит формированию общества в целом, играя при этом связующую роль в жизни коммуникантов.

Структурные единицы языка, вступая в системные отношения друг с другом, приобретают функциональную окраску, раскрывают возможность проявления языкового знака в лингвистической картине мира. Если связанность и целостность текста как структурной единицы речи привлекали внимание исследователей в начале XX в., то текст как фрагмент действительности вызывает пристальный интерес исследователей наших дней. Можно сказать, что исследование языковых единиц на протяжении двух последних веков эволюционировало от изучения слова к изучению сложного синтаксического целого (сверхфразового единства, прозаической строфы), что в итоге привело к

основному интересу лингвистики XX в. — тексту, которое сегодня обогащается новым содержательным наполнением, перевоплощаясь в одно из центральных понятий многих научных направлений — дискурс.

В созвучии с первыми строками этой статьи можем констатировать, что сегодня языковедческая наука также все чаще прибегает к попыткам ввести в свое проблемное поле основы теоретической журналистики. Замкнутая в рамках интралингвистического объекта изучения, лингвистика прошлого только со второй половины XX в. распространяет научные интересы на «смежное существование» текстовых организаций. Так, в 60-х годах прошлого века рождается направление лингвистических исследований — лингвистика текста, объектом которой становятся закономерности и приемы построения связного текста и его смысловые категории. Первый этап ее формирования характеризуется вниманием к способам сохранения связности, речевой спаянности текста, к формальным конструктам текстовой организации. Однако с течением времени лингвистика текста характеризуется расплывчатостью своего онтологического статуса, в ней постепенно нарастает оперативный инструментарий несобственных лингвистических исследований. В ракурсе выявления фона знаний, общего для адресата и адресанта, картины мира, без единства которой текст будет замкнутым, она приближается к прагматике, психолингвистике, теории риторики, тесно смыкается со стилистикой, воздействуя на нее и открывая в ней новые координаты. При внимании к глубинным смыслам лингвистика текста граничит с герменевтикой и теорией коммуникации.

Белорусской языковедческой науке XX в., особенно академической, свойственна традиция дескриптивной лингвистики. Причиной тому явилась методология диалектологической школы: исследования белорусских ученых-диалектологов прочно вошли в теорию славянского языкознания. Сильными были лексикологические и лексикографические школы. На фоне советского языкознания в нетрадиционном для того времени направлении начала формироваться стилистика публицистических жанров (М. Е. Тикоцкий) — симбиоз филологической науки, в которой органично соединились достижения лингвистики, литературоведения и журналистики. Именно она дала почву для исследования текста СМИ как дискурса.

В белорусской филологии формируется новое направление, которое вытекает из следующего постулата: текст — это не простая лингвистическая единица, а явление человеческой деятельности, коммуникации и познания. Отсюда стало важным показать механизмы действенной интерпретации текста в системе реальных ситуаций. До этого текст рассматривается как воплощение индивидуального творчества, потенциал которого заложен в инструментальной стилистике. В последней удачное применение нашла речь как право на выбор. «Каждое высказывание, — писал М. М. Бахтин, — причастно «единому языку» (центростремительным силам и тенденциям) и одновременно социальному и историческому разноречию (центробежным, расслояющим силам). Это — язык дня, эпохи, социальной группы, жанра, направления и т. д. Можно дать конкретный и развернутый анализ любого высказывания, раскрыв его как противоречивое напряженное единство двух противоборствующих тенденций языковой жизни. Подлинная среда высказывания, в которой оно живет и формируется, — диалогизованное разноречие, безымянное и соци-

альное как язык, но конкретное, содержательно-наполненное и акцентуированное как индивидуальное высказывание» [Бахтин 1975: 85-86]. Формирование стилистики как самостоятельного раздела науки о варьировании языка приходится на первую треть XX в. Все дальнейшие устремления учёных лингвистов были направлены на раскрытие её потенциала. После «Французской стилистики» Шарля Балли (1909 г.), которая стала широко известна советскому читателю лишь в 1961 г., стилистика приобрела приоритетные масштабы. И прежде всего в области исследования языка художественной литературы, что было естественной эволюцией к изучению текста как сложного коммуникативного явления, которое в наше время рассматривается в качестве «речевого фрагмента, погруженного в жизнь».

Познавая в XX в. расцвет, стилистика начала нынешнего столетия претерпевает существенные изменения. Сегодня реализуется деятельностный подход к тексту как инструменту коммуникации, особое внимание обращается на экстралингвистические факторы языковой личности автора и адресата «вне текста». Это даёт право говорить о коммуникативной стилистике. В таком случае очевидной становится роль стилистики в становлении новой коммуникативно-когнитивной лингвистической парадигмы. Смена последней была предначертана в концепции М. М. Бахтина: «Стилистика в большинстве случаев предстает как стилистика комнатного мастерства и игнорирует социальную жизнь слова вне мастерской художника, в просторах площадей, улиц, городов и деревень, социальных групп, поколений, эпох. Стилистика имеет дело не с живым словом, а с его гистологическим препаратом, с абстрактным лингвистическим словом на службе у индивидуального мастерства художника. Но и эти индивидуальные и направленческие обертоны стиля, оторванные от основных социальных путей жизни слова, неизбежно получают плоскую и абстрактную трактовку и не могут быть изучаемы в органическом единстве со смысловыми сферами произведения» [Бахтин 1975: 73]. Нигилизм в отношении традиционной стилистики растёт, что имеет онтологические корни.

Стилистика близка к лингвистической семиотике и прагматике, теории речевого воздействия и теории языкового варьирования. Однако она с инструментарием эстетически маркированной речи не могла не найти выхода в исследование противопоставленных вариантов языкового выражения, где фиксируется одно и то же внеязыковое содержание, но при этом дополнительно сообщается об отношении говорящего к коммуникативной ситуации, к содержанию высказывания, к адресату и самому себе. Стилистические варианты рассматриваются с точки зрения их образования, сферы употребления и принципов отбора в зависимости от целей речевой ситуации. Стилист изучает целостные речевые образования и, несомненно, выходит на уровень текста. В этом русле постепенно формируется научное представление о тексте как дискурсе.

В середине 1970-х в лингвистике текст переосмысливается как коммуникативный процесс, поэтому лингвистика от статичного переходит на так называемый динамичный, процедурный подход. Например, журналистский текст в таком приближении занимает особое место и имеет исследовательские приоритеты в русле дискурсного анализа, системно включающегося в научную биографию лингвостилистики.

Сегодня становится очевидным, что в современной стилистике намечаются иные тенденции, нежели в XX в. «Значение стилистики обнаруживается и в углубленном специальном изучении проблем взаимодействия лингвистического и экстралингвистического, в том числе, например, проблемы связи языка / речи и мышления, влияния на речь и ее типологию различных социальных факторов. Заметим, что с применением стилостатистических методов удается довольно убедительно доказать влияние тех или иных конкретных экстралингвистических факторов на стиль речи, и при этом на определенные его черты» [Кожина 2012: 63].

В связи с этим участившиеся сомнения по поводу «нужности» стилистики обречены. Развитие её функциональной природы позволяет расширить диапазон исследований, связанных с включением в стилистическую проблематику ранее даже не предполагаемых аспектов: «С развитием диахронического аспекта функционально-стилистических исследований в сочетании с использованием данных и методов гносеологии, психологии, социологии, науковедения и т. п. создается возможность не абстрактно в общетеоретическом плане, а конкретно изучать проблемы взаимодействия языка / речи и мышления, различных «типов рациональности» (или стилей мышления) в истории развития общества. Кроме того, глубже понять и описать, например, законы построения, развертывания и интерпретации смысловой структуры научного текста» [Кожина 2012: 63].

В XXI в. человек погружен в фокус текста, в чем наглядно выражается многовекторность коммуникативного взаимодействия: через разные аспекты социальной деятельности носителя языка раскрывается локальная когерентность его с текстом. Особенно это касается таких сфер, как культура, образование, коммуникация. Просветительская роль, некогда принадлежащая литературе, являющейся на протяжении веков мощным инструментом формирования мировоззрения личности и ценностной ориентации общества, постепенно переходит к СМИ. И если раньше к журналистскому материалу можно было быть снисходительным, представляя в нём (вслед за Г. О. Винокуром) «грамматический каркас», заполнить который мог мало-мальски образованный человек, то сегодня можем говорить не столько об информационном продукте, сколько о произведении конкретной пишущей личности. Это не означает, что современный журналист стал писателем, а журналистика сама превратилась в писательство. Журналистика транслирует не только уже давно сложившиеся предпочтения общества, но и все чаще предлагает (и довольно успешно) новые ценностно значимые ориентиры. Справедливо говорят о том, что современный мир стал медиацентричен.

Современные СМИ доминируют на всех уровнях структуры социума, формируя таким образом медиадискурс, в котором представлена картина мира — специфический способ восприятия, интерпретации событий и явлений; фундамент, опираясь на который, человек действует в мире. Построение текста и протекание информационного процесса приобрели ярко выраженный технологичный характер, диктующий свои нормы, свою перцептику и многообразие новостных потоков. Это происходит на фоне расширения платформы социальных сетей, ведущих к разного рода потрясениям в мировом сообществе: интернет способен взорвать мир, как это случилось с «исламским ми-

ром». Мир, кажется, впал в эйфорию призрака-симулякра, дающего человеку прекрасную возможность самовыражения, которое также имеет феноменальные свойства — быть правдивым или ложным, эксплицированным или представленным имплицитно. Справедливо мнение о том, что социальные сети работают по типу воронки: попавшие в нее идеи могут интерпретироваться и разрастаться до банальной диффамации, и, как результат, воплощение идеи уже не зависит от своей сути.

Следует признать тот факт, что в истории вербалистики человек ещё никогда не был так востребован в общении, как сегодня: мы действительно стали, «всемирной глобальной деревней» (М. Маклюэн), в которой, люди волей или неволей рождаясь в ней и умирая, всё чаще и основательнее вторгаются в жизнь друг друга, рассуждая обо всем увиденном и услышанном, любя и ненавидя, радуясь и огорчаясь, создавая тем самым новую социологическую структуру и формируя своеобразную стилистику мнений. И частые сегодня призывы к отречению молодёжи от социальных сетей равносильны запрету думать, высказываться, жить.

В таких экстралингвистических условиях стилистика приобретает новое дыхание, становясь трамплином для творческого поиска ресурсов изобразительности речи. Определяя сферу стилистики, исходят из того, что значение языкового выражения не сводится к чисто концептуальному, предметному, референциальному содержанию. Описание его (содержания) сопровождается множеством дополнительных, неконцептуальных смысловых оттенков. В большинстве случаев это заложено на семантическом уровне в тропах. И если ещё с времён античной риторики мы используем их арсенал из двухсот единиц, то сегодня мы не можем зафиксировать хотя бы один новый вид таковых. Метафора, эпитет, метонимия, синекдоха и проч. переданы нам из глубины веков. Пополнить этот арсенал современнику чрезвычайно трудно, т. к. новый вид того же тропа (как типа семантического переноса) мог появиться только при высокочастотной вербальной практике, основанной на творческом поиске.

Методика стилистического анализа определяет способы и приемы организации текста, предполагает выявление и описание каждой микроструктуры — совокупности речевых средств в соответствии с их языковым (вероятностным) воплощением. В этой связи актуализированы семантические процессы, происходящие в наше время. Их изучение может проходить в русле дискурсного анализа, воплощение которого находим в генерализации текста как сложного коммуникативного явления, иерархии знаний.

Стиль и дискурс базируются на одном фундаменте — парадигме коммуникации, что позволяет реализовать исследовательскую программу: функционирование массового информационного продукта выражается через призму его социального действия и когнитивной сущности. Дискурс ориентируется на установки динамичной, «процедурной» стилистики. Языковой факт в последней и онтологически, и эпистемически есть продукт человеческой деятельности. Семантика дискурса не является автономной: недостаточно знать только значения вербальных символов. Вступает в силу суммарное познание мира, становится необходимым когнитивный и социальный анализ знаний носителей языка в рамках ментальной модели.

Субъективное представление о семантической связанности дискурса может определяться тем, что такие знания должны быть эффективно организованы в особые кластеры, содержащие в себе общедоступную для общества конкретную информацию о стереотипном варианте какого-либо эпизода. Носитель языка обладает важной способностью определять, о чем написан текст, он в состоянии обнаружить и резюмировать довольно точно сложные информационные стратегии сообщения, активизировать модель реальной ситуации, которая формируется из элементов социального опыта, других информационных источников, вывести общую тематическую структуру с какой-то конкретной ситуационной модели. Однако он не в силах предугадать стилистику конкретной личности, создающей текст, мотивации, которые управляют действиями и установками автора. Знания, убеждения, установки, владение ситуацией, все другие типы общей информации приобретаются, используются и меняются в различных социальных контекстах.

Таким образом, журналистика как совокупность функциональных текстов и форма дискурса выступает прежде всего в событийном аспекте, как «речь — целенаправленное социальное действие» и предстает в дискурсной модели в качестве сферы специфической социокультурной деятельности, основанной на структурах-сценариях, выработанных практикой общения, взаимодействием общества со СМИ.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бахтин М. М.* Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. М., 1975.
2. *Вартанова Е. Л.* Запрос на качественную журналистику очевиден, и осмысление ее миссии и профессиональных задач — задача не только рынка, но и академической среды. URL: http://www.journ.msu.ru/blog/blog_vartanovoy.
3. *Кожина М. Н.* Стилистика русского языка / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. М., 2012.
4. Панельные дискуссии и круглые столы. URL: <http://jf.spbu.ru/conference/2880/3447.html>.

REFERENCES

1. *Bakhtin M. M.* Problems of Literature and Aesthetics. Studies of different years [Voprosy literatury i jestetiki. Issledovanija raznyh let]. Moscow, 1975.
2. *Kozhina M. N.* Russian Stylistics [Stilistika russkogo jazyka] / M. N. Kozhina, L. R. Duskaeva, V. A. Salimovsky. M., 2012.
3. Panel discussions and round tables [Panelnye diskussii i kruglye stoly]. URL: <http://jf.spbu.ru/conference/2880/3447.html>.
4. *Vartanova E. L.* Request for quality journalism is obvious, and understanding of its mission and professional tasks is the problem not only for the market, but also for the academic environment [Zapros na kachestvennuju zhurnalistiku ocheviden, i osmyslenie ee missii i professional'nyh zadach — zadacha ne tol'ko rynka, no i akademicheskoy sredy]. URL: http://www.journ.msu.ru/blog/blog_vartanovoy.

..... **ТИПОЛОГИЯ МЕДИАРЕЧИ**

УДК 81'42,
ББК 81.2,
ГРНТИ 16.21.55,
КОД ВАК 10.02.19

.....
D. Brzozowska
Opole, Poland

DISCUSSION ON GENDER IN POLISH MASS MEDIA

The objective of this paper is to present the notion of gender and the manners of its functioning, development, and dominant role in the media sphere in 2013 and the first months of 2014. This issue is important for several reasons and on several planes. Firstly, it is connected with the debate on the place of women and men in society, which has been present in the public discourse since the fall of the communist system. It refers to such issues as linguistic sexism, feminism, political correctness, and the attitude towards sexual minorities. Currently, these issues are strongly present in the mass media, and their examination is connected with the breaking of a peculiar taboo which used to be in force for many years, and which, according to some members of the society, should still be in force and enforced. Hence, these issues are socially significant as they indicate the stratification and the diversified outlook on life of particular people and groups participating in the discussion.

Key words: mass media, gender, Polish, language, discourse.

.....
Dorota Brzozowska, PhD, Professor at Opole University, Institute of Polish and Cultural Studies.
45-040, Opole, pl. Kopernika, 11.
E-mail: dbrzozowska@uni.opole.pl.

© Brzozowska D., 2014

The mass media are a powerful opinion-forming vehicle, they touch upon various spheres of life, and the manner in which language functions in them is of considerable importance for the stimulation of awareness and frequently for evoking intense emotions. The various mass media, particular programmes and broadcasts deal with previously determined subject matters, yet sometimes an event or controversial statement starts having a life of its own. Multiple commentaries on such an event or statement appear and it becomes present in the various media, adding impetus to a discussion which involves more and more people and institutions. Last year such an enormous media storm was brought about in Poland by the gender category, also present in the media discourse occasionally before, but fully flourishing only now. The fact that many discussions were not always substantive and often triggered aggressive behaviour can be illustrated by a few cases of protesters barging into lecture rooms (e. g. on 18 November 2013 and 8 December 2013), which eventually ended with police interventions.

The objective of my paper is to present the notion of gender and the manners of its functioning, development, and dominant role in the media sphere in the past few months (particularly in 2013 and the first months of 2014). I consider this issue to be important for several reasons and on several planes. Firstly, it is connected with the debate on the place of women and men in society, which has been present in the public discourse since the fall of the communist system and censorship machinery. It refers to such issues as linguistic sexism, feminism, political correctness, and the attitude towards sexual minorities.

Currently, these issues are strongly present in the mass media, and their examination is connected with the breaking of a peculiar taboo which used to be in force for many years, and which, according to some members of the society, should still be in force and enforced. Hence, these issues are socially significant as they indicate the stratification and the diversified outlook on life of particular people and groups participating in the discussion. Another factor proving the significance of the issue is the participation of representatives of the entire society in the debate — starting from ordinary citizens commenting its appearance in various fora, through participants involved in the formation of organizations of opponents (e. g. “Stop gender”) and supporters (the Maria Skłodowska-Curie and Mikołaj Kopernik Polish Gender Associations), to statements made by representatives of Ministries, the government and the Church — from bishops’ statements to gender supporters’ letter to the Pope. This issue is also interesting from a purely linguistic point of view — it can serve as an example used to observe how a foreign word, in this case one borrowed from the English language, clears a path for itself to the Polish language, and how it settles there, becoming polonized (phonetically, graphically and inflectionally), and how its derivatives are being formed, which proves that this emotion-evoking term has entirely settled in the Polish language within a relatively short time.

My fundamental research material comprises press articles from the most representative daily papers (“Gazeta Wyborcza”, “Rzeczpospolita”) and weekly magazines (“Polityka”, “Wprost”), supplemented with subjects of radio programmes discussed in the four state radio stations, as well as various Internet sources. I will analyse archival data and compare them with the results of research conducted more than ten years ago [Brzozowska 2003] when the term was only just appearing occasionally in the mass media. It did not stir up too many emotions then and practically until the final months of 2013 it had been known exclusively to a narrow group of specialists dealing with gender studies. In my research then I also included the newspaper “Życie”, but since its publication was discontinued in 2005, in order to balance opinions and to present the views of the Catholic or, more generally, the Christian media, I will use “Tygodnik Powszechny” instead, as its editorial team actively participated in the discussion on the role of gender in the Church. I have conducted the analyses, using the method of the reconstruction of the linguistic image of the world developed by J. Bartmiński [1993, 2006, 2013] and attempting to develop a cognitive definition of the phenomenon by means of the profiling proposed by him.

The term gender was first used in the English language in the 14th century and it referred to grammatical gender. It was as late as in the 1970s that the term was also used to refer to the so-called concept of “social and cultural gender”. The term has appeared in the Polish language relatively recently. In the corpus of texts developed by the Polish Academy of Sciences in 2003, the term gender was used only once while in the National Corpus of Polish in 2014 one can find as many as 132 examples of its use¹. The rapid increase of its popularity can be even better illustrated by the numbers of its occurrences on the Internet. In 2003, the term gender occurred 4 240 times, and in 2014 — as many as 38300000² times.

¹ www.ipipan.waw.pl/~corpus,15.02.2003, <http://nkjp.pl/poliqarp/nkjp-balanced/query>, 15.02.2014.

² google.com, data as of 15.02.2003 and 12.02.2014.

Data acquired from the radio and press publications also indicate a considerable increase in the occurrences of this word in the media discourse, starting from the 1990s. Detailed information can be found in Table 1.

Table 1

Data concerning press and radio occurrences of the term gender

Newspaper / magazine title	Date of first occurrence in newspaper / magazine archive	Archive to 15.02.2003	Number of occurrences	Archive to 15.02.2014	Number of occurrences
Gazeta Wyborcza	03.09.1996	01.1989	23	12.01.2001	749
Rzeczpospolita	04.09.1995	05.1993	32	29.09.2007	339
Wprost	19.09.1999	07.1998	4		5 (Wprost 24 436 000)
Polityka	—	08.1998	0	12.06.2006	89
Życie	19.12.2000	08.2000	2	discontinued in 2005	
Tygodnik-Powszechny				7.07. 2013	222
The Polish radio		8.11.2007 — 13.02.2014			155
Total			61		1559

In the early years of the use of the term its foreign origin was stressed. In many texts, its definitions and transcription were provided. Authors discussing themes connected with gender also discussed political correctness, feminism and sexism, frequently relating to the debate on the laws and customs effective in the United States. It is only recently that in quoted sources one can find direct references to the situation in Poland.

The term *gender* can be understood as “a cultural distinction between masculinity and femininity”. The two main ideologies which have influenced the concept of *doing gender* derive from post-modernism and from *identity politics*. Theoretically different, they practically both belong to the anti-essentialist current which claims that both identity and gender are a social construct,

permanently developing and incomplete, created anew each time a speaker says something.

The term *gender* occurs very frequently in its original English version, although traditionally Polish language speakers actually have two other words related to similar issues. These are: *płeć* — Eng. *sex* and *rodzaj* — Eng. *gender*. The new term is often translated as *plećspołeczno-kulturowa* [social and cultural gender], but this expression very rarely substitutes the shorter one, i.e. *gender*.

In press texts, gender started to appear ten years ago, mostly when they dealt with studies of cultural gender identity in Polish or foreign universities. The term was present in biographical notes, reviews, organization names, and very rarely in some other broader contexts. It was quickly adopted in the Polish language inflectionally and derivationally, and started to appear in such forms and collocations *asgender philosophy*, *gender issues*, *gender criticism*, *genderwomen* [Pol. *genderowiczki*], *genderesses* [Pol. *genderki*] [cf. Brzozowska 2003].

In the recent discussions, the most frequently used collocation is *gender ideology* — the media war flared up because of it. Its semantic field as well as the number of neologisms created by means of it have also grown considerably. Let us have a look at several contexts of occurrence of the term *gender* in the latest sources.

Currently, the word “ideology” has stuck to the term *gender*. The term “genderism” has been coined as it rhymes with Marxism, Communism, Stalinism. It is implied that *gender* researchers are the inheritors of the homicidal regimes, or at least the lefties. [Gazeta Wyborcza, 12.02.2014]

There is no *gender* category in Poland any more. At least in the media. A political dream has come true. We have *gender ideology* [Maciej Duda, 23.01.2014, http://wyborcza.pl/Kategoria_gender_przegrywa_z_ideologia_gender].

Generally, *gender* is understood in Polish as cultural *gender*; colloquially, the word *gender* is declined. I personally have always preferred the Polish word ‘rodzaj’. Perhaps if we used this word as a translation, *gender* would bring other associations — not with the devil, but with the Book of Genesis (Księga Rodzaju) [Gender biskupa Michalika, Joanna Bator, 13.12.2013, <http://wyborcza.pl/magazyn>].

“It is unacceptable to use the educational system in Poland to disseminate harmful texts blurring the differences between a woman and a man, which are introduced even at the nursery school level”, one can read in the council’s statement. *Gender* has become an element of the Polish war which nobody needs [Dorota Karaś, 17.01.2014, http://trojmiasto.gazeta.pl/Solidarnosc_walczy_z_gender_Szerzy_szkodliwe_tresci].

It seemed that “*gender ideology*” would remain the last media and political spectacle of last year. It flew out of feature programmes, and reached churches, the Parliament, offices, schools, and even nurseries [Lidia Ostałowska, 31.12.2013, http://wyborcza.pl/duzyformat/Wielka_stonka_gender.html].

“Those who supported Marxism now support *genderism*, that is neo-Marxism; they have been transformed from communists into *genderists*, which is simple, since these ideologies are similar”, as Rev. Oko explained in an interview for KAI (23 September 2013), [Tygodnik Powszechny, Nagonkana *gender*, 29.12.2013]

The Minister for Equality explains what *gender* is, “because there is a considerable state of confusion” [http://wyborcza.pl/Ministra_ds_rownosci_tlumaczy_czym_jest_gender, 13.12.2013].

Archbishop Hoser presents the Church's position concerning this issue: according to him, gender is "today's anthropological heresy", as "it questions biological gender" and "breaking up the elements of complementarity of a woman and a man, it also breaks up very important social relations and leads to society's atomization" [Tygodnik Powszechny, 10.12. 2013].

In their pastoral letter for the last Sunday of 2013 (the Holy Family Sunday), the bishops severely criticized the "gender ideology". They write, for instance: "The objective of gender education is essentially the sexualization of children and adolescents" [<http://tygodnik.onet.pl/wwwylacznie/dwie-wersje-listu-kep-na-niedziele-sw-rodziny-pierwsza-bardzo-ostra-druga-tylko/>, 20.12.2013].

I hope you will agree with me: gender is not governed by Christian order. Thus, there is nothing strange in the fact that the Christian Church fights with the manifestations of another order [Joanna Szczepkowska, 15.02.2014, <http://www.rp.pl/Do-Magdaleny-Srody>].

Science discovers something, while gender only conceals something. It is an attempt to take total control of man through man's sexuality. It is a promotion of barbarian hooliganism by means of EU funds and forced regulations which give privileges to homo-, trans- and intersexuals [Eliza Olczyk 15.02.2014, <http://www.rp.pl/Walka-na-smierc-i-zycie>].

A cognitive definition of gender

In order to formulate a cognitive definition of gender it is worth analysing collocations in which this word occurs most frequently and to pay attention to the proportions between neutral vocabulary marked positively, and vocabulary with negative connotations, which predominates (I have underlined the latter).

Gender something: *gender educator, gender constitution, gender classes, gender principles, gender postulates, gender subjects, the Gender Center Foundation, the Gender Encyclopaedia, big gender potato beetle, gender edge, gender hysteria, little gender devil, gender virus, gender destruction also aims at the destruction of man's identity, gender rejection means reducing human sexuality to biology*

Concerning gender: position concerning gender, an architect of the Polish church's position concerning gender, the Episcopacy's voice concerning gender,

Gender ideology

gender ideology is a heresy, gender ideologists' views are sick, gender ideology concept as public enemy number one, ideologization of the term gender is a moral malpractice, gender ideology poison, led the exacerbating campaign against "gender ideology" and "homolobby", combating genderideology, introduces gender ideology in nursery schools, to promote gender ideology, "Stop gender ideology", I do not discriminate gender ideology, Gender is not an ideology. It is a thought and tradition, There is no other "gender ideology" than the one which refers to women and men equality

Gender something: *Gender Studies, implement gender mainstreaming strategy*

Gender for something: *gender for Sunday*

Something on/to/for gender: *hunt for gender, hammer on gender, Eye on gender, antidote to gender, attacks on gender*

Something on/about gender: *war about gender, letter on gender, a fuss about gender, a fuss after a lecture on gender*

Something against gender: *fight against gender, in the fight against gender the point is the defence of man and society, school guards against gender*

Gender is: *gender is an enemy, gender is a screen, gender is poison, gender is Islam in Europe, gender is a mistake, gender is imagination and not dressing up,*

Gender=666, Gender=death

Gender - destruction of man and family.

Gender - a blessing or a curse?

Gender is: *gender is a synonym and a free configuration of all evil, gender is dangerous.*

Adjective/ gender: *history of Christian gender, forgotten Catholic gender, murderous gender,*

Gender in: *gender in practice*

Gender like: *gender like Herod, gender like Nazism*

Gender for: *gender for beginners*

Gender where?

Gender in: *gender in Kościeliska Valley, gender in schools*

gender on the labour market

What does gender do: *gender broadens the horizons, gender divides society, gender destroys identity, gender gets ready for defence, gender attacks, atheists, enemies of the church, gather around gender*

What can one do with gender: *spend money on gender, support gender, gender is supported by sex maniacs, the Church in Poland has officially condemned gender, defends gender in schools, NIK [the Supreme Chamber of Control] has detected gender, am I vaccinated against gender, run away from gender, dissociate from gender, nursery schools do not want gender, Tusk pushes gender to a niche, people terribly afraid of gender*

Inflectional and derivational neologisms comprise, among others, the following examples:

Frightening with gender, gender hitting the educational system

Gender analyses, *but there is no gender High Priestess, gender research, gender revolution, reality in gender version, gender campaign, Maria Skłodowska-Curie and Mikołaj Kopernik Polish Gender Association*

Genderism: *affirmation of genderism, fighting against imagined genderism*

Genderists, I am a genderist myself, *very active ladies, genderists, the genderists' child is the subject of production.*

Anti-gender: *anti-gender race, anti-gender team*

Anti-gender: *anti-gender course, anti-gender campaign*

gender conference

The collected data show that two antagonistic perceptions of *gender* clash in the debate, and therefore, based on the presented material, it is not possible to formulate one coherent definition of the category. It is only possible to present its

two faces, which share one common characteristic: they are grim faces because their supporters representing different beliefs and opinions unanimously use war metaphors.

Gender 1 is a science connected with the exploration and popularization of knowledge concerning the social and cultural aspects of sex. It comprises social, artistic, educational activities oriented towards the equality of sexes as well as safeguarding the freedom of scholarly research and artistic expression. Gender is something that has to be defended and fought for.

Gender 2 is an ideology connected with blurring the gender category in order to weaken the traditional values, to break up families, to promote sexualization of children and homosexual relations. Gender is a threat (poison, illness), it is something that one should be afraid of and something that one should fight against.

Analysing the Polish media debate on gender, one can reach the conclusion that gender reveals society's significant divisions connected with the values and philosophies of life represented by the various groups participating in the debate. These are important issues, and consequently politicians of various levels have been provoked to make comments — starting from parents of nursery school children, employees of the educational system, members of academic circles, ministers, through church officials and the Prime Minister, to the Pope. The tone of the discussion, which abounds in bilateral accusations and emotional expressions along with accompanying protests, proves that it is not easy for Poles to have a peaceful dialogue on important issues. The participants of the debate usually become even more radical in the course of particular disputes, limiting their attention to arguments which confirm their own beliefs. I think, however, that the very fact of initiating a dialogue has an important impact on the broadening of social awareness and the stimulation of reflection on this important issue.

I ended my previous article with a conclusion that “for a wide group of Polish language users, gender remains an unclear and incomprehensible term — and therefore, one that is not used and not useful”. Many years later, it should be added that the state of affairs has changed, as the term is ever better known and used, or even abused, but it is understood differently, depending on the values and the side of the ideological barricade occupied by particular users. One can only hope that the gender war will end with a truce accompanied by a wider awareness of both threats and benefits of debates on either grammatical or social/cultural gender.

REFERENCES

1. Bartmiński J. (Ed.) *Profilowanie pojęć [Profiling of concepts]*. Lublin, 1993.
2. Bartmiński J. *Językowe podstawy obrazu świata [Linguistic basis of the picture of the world]*. Lublin, 2006.
3. Brzozowska D. Terminy <feminizm>, <seksizm>, <gender> we współczesnym języku polskim [Terms <feminism>, <sexism>, <gender> in contemporary Polish language], *Język Polski [Polish Language]*. 2003]. Number LXXXIII, Vol. 4–5. Pp. 273–278.
4. Butler J. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York, 1990.

5. Dobrzyńska T., Connotations of names in international relations [Konotacje nazw w kontaktach międzykulturowych], *Stylistyka*[Stylistics]. 2002. Vol. XI, P. 493–504.

6. O'Sullivan T., Hartley J., Saunders D., Montgomery M., Fiske J. Key Concepts in Communication and Cultural Studies. London, New York, 1994.

УДК 81'33,
ББК 81'1,
ГРНТИ 16.31.51,
КОД ВАК 10.02.19

М. Войтак
Люблин, Польша

О ЖАНРАХ РЕЧИ И ИХ ПЕЧАТНЫХ КОНКРЕТИЗАЦИЯХ

Жанры речи — модели организации текста, т. е. абстрактные феномены, внутренне организованные в образцах, охватывающих четыре уровня: структуру, семантику, прагматику, стилистику. Жанровые образцы приобретают статус явлений узуального или нормативного характера. Среди моделей жанрового образца выделяются канонический вариант, решающий для идентичности жанра, альтернативные варианты и адаптативные варианты, или жанровые заимствования. Существуют жанры с полным набором вариантов, охватывающих канонический и альтернативный варианты или исключительно адаптации. Границы жанров могут быть подвижными и трангрессивными. Печатные жанры имеют очень эластичные и динамичные образцы, которые постоянно модифицируются текстовыми формами.

Ключевые слова: *печатать, дискурс, медиа-дискурс, жанр речи, печатные жанры.*

Мария Войтак, профессор Кафедры истории польского языка и диалектологии, Университет Марии Кюри-Склодовской в Люблине.
20-031, Люблин, ул. Марии Кюри-Склодовской, 5.
E-mail: maria.wojtak@neotrada.pl.

© Войтак М., 2014

1. Вступительные замечания.

Жанры речи — модели организации текста, т.е. абстрактные феномены, внутренне организованные в образцах, охватывающих четыре уровня: а) структуру (границы текстов, их сегментацию и отношения между сегментами), б) познавательный аспект (тематику и способ ее воплощения, перспективу, точку — или точки — зрения, аксиологию), в) прагматику (содержащиеся в тексте образы отправителя и получателя, взаимоотношения между отправителем и получателем, иллюкутивный потенциал, или совокупность интенций и способ их упорядочения), г) стилистику (совокупность экстралингвистических признаков, predetermined структурой, познавательно и прагматически определенных, а также соответствующий им набор стилистических средств, в том числе форм, маркированных системно, что отражается в соответствующих лексикографических пометах [Войтак 2004: 11–28].

Ввиду культурных, исторических и коммуникативных соображений так понимаемые жанры представляют собой весьма емкие категории. Жанровые образцы приобретают статус явлений узуального или нормативного характера (по-разному реализованных и кодифицируемых). Форма и степень директивности зависит от коммуникативной сферы (дискурса). В логосфере функционируют жанры, довольно точно определенные с помощью жестких директив, и жанры, радиус нормативности которых дифференцирован (точнее, дифференцируется). Большинство функционирующих в коммуникативном пространстве жанров — категории эластичные. Поэтому важно, чтобы в поисках границ жанровых категорий учитывать: а) характер нормативно-

сти образца, б) его состояние в конкретных временных пределах, в) внутреннюю организацию, или совокупность вариантов. Наблюдение за жанрами в разных зонах логосферы позволяет выделять следующие модели жанрового образца: канонический вариант, решающий об идентичности жанра и содержащий правила, которые предопределяют форму всех аспектов образца (структурного, познавательного, прагматического и стилистического); он имеет статус инварианта, так как если он функционирует в конкретном жанре, то охватывает самые устойчивые слагаемые образцы и является обязательным компонентом жанрового сознания членов данной коммуникативной (даже дискурсивной) общности; б) альтернативные варианты, возникающие вследствие количественных и качественных преобразований канонического варианта, т.е. в результате процессов редукции, субституции, обогащения образца или других модификаций, распознаваемых уже в конкретных образцах; в) адаптативные варианты, или жанровые заимствования, т.е. обращения к чужим образцам без потери жанровой идентичности.

Пределы модификаций следуют из статуса образца и его внутренней организации, охватывающей как аспекты, так и варианты. Об идентичности образца может решать структурный уровень или любой из остальных уровней организации образца. Возможны также комбинации аспектов, предопределяющие формы текстовых реализаций. Жанр ведь следует рассматривать как составную часть сознания членов коммуникативной общности, т.е. как совокупность правил, подсказывающих им, как решать конкретные коммуникативные ситуации и каков набор разнообразных конкретных решений в виде высказываний. Поэтому высказывания считаются в данной концепции более или менее точными реализациями правил образца. Они образуют богатое и динамичное множество явлений (текстов), которые представляют собой эффект или верности (следования) правилам, или сознательного их нарушения (коммуникативной креативности), или коммуникативных неудач (незнания правил). Всякие модификации правил могут удерживаться в коммуникации и быть источником преобразований самого образца. Многое зависит от воли субъектов коммуникации, так как сила жанровых ограничений изменчива. По отношению к конкретным жанрам динамика преобразований зависит от многих дискурсивных факторов.

Жанры речи — категории политипичные. Их границы подвижны и имеют тенденцию к трансгрессии, поэтому нет смысла группировать их в классы (типы) по какому-то одному порядку. Унаследованный у античности иерархический порядок, охватывающий виды текстов (в рамках конкретных коммуникативных сфер), жанры текстов и их разновидности может и впредь использоваться как способ упорядочивания определенных зон логосферы. Нельзя, однако, считать его универсальным способом деления логосферы на классы с выразительными доминантами (т.е. с наборами общих и дифференцирующих признаков, обязательных и достаточных). А как оценивать другие типологические предложения? Можно ли считать идеальным решением применение понятия прототипа и поиск прототипических эффектов? Категория жанра, как было показано, функционирует как сеть (набор) параметров, связанных разнородными отношениями, которые могут быть восстановлены и описаны. Какие из них можно считать составными прототипа? На каком ос-

новании сочетать жанры в семье? Достаточно ли одной тематики для того, чтобы строить из жанров определенные констелляции?

Нет универсального способа систематизации логосферы. Ни один из применяемых раньше не охватывает ее полностью. Это, однако, не значит, что можно его арбитражно отбросить как непригодный: он может служить систематизации определенных зон логосферы. Более того, конкретное коммуникативное пространство может упорядочиваться несколькими способами. Это могут быть способы, арбитражно вводимые генологией, или «вскрываемые» исследователями способы категоризации, отложившиеся в коммуникации.

В описании жанров следует учитывать различную степень их сложности. Уже Михаил Бахтин выделял простые и сложные жанры. По моим наблюдениям, в разных конкретных зонах коммуникации функционируют жанры, объединяющиеся в коллекции — множества изофункциональных постоянно сосуществующих жанров. Если коммуникативные правила приведут к упрочению структурных схем таких коллекций, возникает *жанр в виде коллекции*. Коллекции считаются мной «естественными», т.е. коммуникативными типологическими образованиями [Wojtak 2011: 21].

Картина жанра меняется в зависимости от того, применяем ли в его описании дедуктивный порядок — от общего (схемы, конвенции, нормы, образца) к конкретному, текстовой эмпирии — или же исходной точкой будем считать динамичный, богатый, изменчивый мир текстов. В последнем пределы и проявления полиморфизма жанров могут быть чрезвычайно разнообразны.

2. Общая характеристика печатных жанров. Печатные и другие медиажанры имеют сейчас очень эластичные и динамичные образцы, которые постоянно модифицируются (иногда на время) подвластными разным детерминантам текстовыми формами. У прошлого их мир унаследовал довольно стабильную картину образцов и их вариантов, зафиксированных в учебниках и справочниках. В жанрах, считаемых информативными (в теории печати сформировалась видовая категория, называемая *информацией* и противопоставляемая *публицистике*), доминировали канонические образцы, формировавшие структурную, познавательную, прагматическую и стилистическую идентичность таких жанров, как записка, заметка, сообщение. Они стали сейчас слагаемыми жанрового сознания пишущих и точкой соотношения для разного рода экспериментов адаптативного или альтернативного характера. Эти эксперименты ведут к преобладанию в печати форм (жанровых разновидностей) промежуточного характера (не столько публицистических, сколько «публицистикоподобных»). Это связано с выбором тематики (как правило, легкой, сенсационной), с отбором данных и их представлением с разных точек зрения. Принцип столкновения точек зрения, передачи слова участникам описываемых происшествий становится мерилем журналистского объективизма. Вследствие конкуренции между бумажной и электронной формами печати краткие формы формы из бумажной вытесняются. «Ньюс» преобладает в Интернете. Традиционная печать предпочитает пространные «публицистикоподобные» сообщения (привлекательные по их тематике и постоянно модифицируемые формально статьи). Публицистические жанры же ввиду своего структурного родства приобретают идентичность благодаря жанровым названиям.

3. Дискурс, медиадискурс, печатный дискурс. Печатные высказывания, как и множество других высказываний, погружены в дискурс. Поэтому в филологическом анализе следует ввести дискурсивную перспективу. Следует заметить зависимость способа высказывания от дискурсивных параметров, а также импульсы, происходящие от принятых дискурсивных стратегий. Перемена перспективы порождает надежду на достижение познавательного успеха, на более точную характеристику, выяснение некоторых наблюдений за коммуникативными практиками (например, размыванием жанровых границ, явлением интертекстуальности, а также транстекстуальности) [Wojtak 2010a: 81–91; 2012: 9–26].

Дискурс — комплекс коммуникативных практик, связанных с определенной областью человеческой деятельности. Такая трактовка вопроса позволяет соединять концепцию дискурса как употребления языка с коммуникативным событием или интеракцией. Из вышесказанного следует, что это будет категория, представляющая способы организации человеческой деятельности, в том числе коммуникативные практики такой группы людей, которая во время разных интеракций устанавливает существенные для нее концепции (видение мира), обеспечивает определенные сценарии коммуникативных поведений или правила их выполнения при помощи актов речи (и / или невербальных средств) [Wojtak 2011: 29; Żydek-Bednarczuk 2013: 190].

Следовательно, дискурсу придан статус многогранного и динамического явления, что позволяет в конкретном анализе обратить большее внимание на его некоторые аспекты, при условии, что именно они в наибольшей степени обуславливают коммуникативное поведение, рассматриваемое в рамках такого анализа. Это условие важно, так как необходимо иметь в виду изменчивость статуса дискурсивных явлений, которые, как было доказано, могут рассматриваться на уровне абстракции (как составные образца дискурса), а также в условиях ситуативной конкретизации [Miczka 2002: 93–95].

Медиадискурс (в том числе печатный) — один из важных дискурсов. Он, как я уже подчеркивала прежде, многогранно разнообразен, так как массмедиа исполняют различные функции по воле их отправителей и по реальным или вымышленным нуждам получателей. По отношению к печати мы имеем дело с процессом создания интеракционного стиля коммуникации (в случае интернет-версии — с реальной интерактивностью), который не означает исключительно диалогической направленности высказывания и активизации получателя, но и относится к создаваемой в печатных жанрах картины действительности, а скорее всего, к строению дискурсивного сообщества, т.е. сообщества мира. Видение мира определяют: получатель (с учетом его разговорных представлений и опытов), его ожидания (речь идет в основном о масштабе затрагиваемых вопросов), участие получателя (часто мнимое) при помощи языковых средств известных получателю, главным образом, разговорных. Диапазон открытости к различным стилям высказывания, однако, практически не ограничен [Wojtak 2006: 115–128].

Печатный дискурс существует как процесс, значит, комплекс стратегий, осуществляемых отправителями с целью сосредоточить на них внимание получателей, заинтересовать их своими высказываниями, заинтриговать, приобрести для определенных идей или ценностей, развеселить — одним

словом, привлечь к себе. При более подробном рассмотрении стратегии охватывают: 1) фрагментарность событий, т.е. представление их как отдельных событий, оторванных от социального контекста 2) конкретизацию (события как сплетение действий, толкование которых возможно без ссылок на модели), 3) персонализацию (настолько многогранную, что в рамках данного наброска она только сигнализируется) 4) сенсационность, т. е. экспонирование шокирующих компонентов событий [Mrozowski 2001: 254]. Не все из вышеперечисленных стратегий находит отражение в конкретных актах речи ввиду дифференциации печати (территориальной, общественной, проблемной и т. д.).

Интерпретируя разнообразные признаки современного медиадискурса (в том числе печатного), целесообразно вспомнить факт, что он укоренился в поп-культуре, которая отводит огромную роль медиа в формировании общественных отношений. Именно в рамках этой культуры выразительно начерчены переоценки на тематическом и функциональном уровнях медиадискурса (ср. упор на форму, внешний облик, но снижение значения смысла, превосходство шутки над серьезной рефлексией). Именно в рамках этой культуры замечается кризис веры в разум и опровержение универсальных теорий в пользу эклектизма, субъективизма и индивидуализма. В ее рамках можно объяснить несоблюдение жанровых правил, признание журналистского объективизма конвенцией, экспонирование языковых игр, упор на личность журналиста [Mrozowski 2001: 396–398; Stepnik, Rajewski 2008].

Обобщая вышесказанное, я обращаю внимание на то, что медиадискурс, в том числе печатный, считается монотематическим и одновременно политематическим (не только в общей печати и печати общественной значимости). Онтологическая область дискурса явится усвоенной и созданной типичным для печати способом, т. е. в перспективе, выбранной отправителем, с изменчивой референцией, так как не всегда основу видения мира представляют собой не факты, а их интерпретация, нацеленная, как я раньше упоминала, на построение связей с получателем. В составе функций происходят существенные изменения, однако нельзя вводить далеко идущие обобщения, так как они станут упрощениями.

Конфигурация функций остается в принципе неизменной (сообщение, интерпретация, накопление знаний, мобилизация и развлечение), изменяются отношения между ними в конкретных типах печати (или даже в конкретном заглавии), существует принцип синкретизма в способе выражения таких функций. Взаимоотношения отправитель-получатель приобретают возвратный и партнерский характер, хотя в печати неоднократно это исключительно дискурсивная игра. Частью такой игры становятся приемы, способствующие модификациям таких ситуативных параметров, как место и время. Интерактивный стиль коммуникации предопределяет внушение сценариев, типичных для коммуникации «здесь и сейчас», прямой, в основе которой лежит разговор. Богата и изменчива также аксиологическая область. Из функций преобладает гедонизм и развлечение, хотя появляются и более высокие ценности не только в печати общественной значимости или в печати вероисповедального характера. Совокупность коммуникативных поведений, образующих со-

временный печатный дискурс, укладывается в полосу антиномий и парадоксов [Wojtak 2010b: 183–185].

Этим особенности рассматриваемого дискурса не ограничиваются. Его важнейшей отличительной чертой я считаю абсорбционный характер. Во многих аспектах он открыт к другим дискурсам и он эти дискурсы впитывает, делая их объектом презентации, значит, также источником тематики, форм передачи и языковых средств. Наблюдая за медиа, в том числе печатью, необходимо заметить многие коммуникативные фильтры, а также изменчивый характер их конфигураций во время коммуникативных событий (конкретных дискурсов), к которым можем отнести издание газеты или конкретную публикацию.

Мои наблюдения помогают выдвинуть гипотезу, что в печати процесс абсорбции приобретает две формы. Затем можно говорить оцитируемой абсорбции, когда газета существует как медиум и форма передачи, становясь формой презентации дискурса X (или его определенных составных). Как известно, печать помогает установить контакты с разными дискурсами. В абсорбции такого типа сохраняется тождество дискурса X во всех аспектах (тематическом, онтологическом, функциональном), хотя изменяется объем такой презентации. Репродукция составных дискурса X как самостоятельных — это первый признак абсорбции такого типа. Следующий — использование определенных компонентов чужого дискурса в рамках печатной передачи в форме т. наз. «голосов, допущенных к высказыванию» (высказываний участников событий или цитат из документов). На уровне жанровых образцов, а также конкретных высказываний это означает использование принципа замены точек зрения (соприкосновения разных точек зрения) во всех типах передачи, не только в репортаже. Задача объединить разные способы видения мира (или подвергаться одной из точек зрения) принадлежит получателю. Таким образом (хотя существуют и другие!) реализуется в современной печати журналистский объективизм.

Второй тип абсорбции именуется интерпретационным, так как дискурс X не сохраняет полной автономии, а печать в значительной степени его преобразовывает. Тематический аспект установлен печатью, имеет место отбор конкретных тем и их презентация с определенных ракурсов. Сохраняются основные интенции, типичные для медиадискурса, затем в них вписываются интенции дискурса X. Неоднократно о них просто сообщается указанием на иллокуции субъекта дискурса X. Однако, они также подчиняются модификациям, представляются в развлекательной форме или реинтерпретируются другим образом. В данном случае коммуникативным фильтром становится, как правило, жанр. В печатном калейдоскопе наблюдаем изменения порядка разнообразных составных такого абсорбируемого дискурса. На уровне конкретных коммуникативных высказываний описываемые типы абсорбции могут выступать совместно — соответственно жанровым конвенциям или против них.

В печатном дискурсе большое число цитат и разного рода вкраплений из других дискурсов. В его рамках можно выделить состав X-ых дискурсов и дискурсов на тему X, например, политический дискурс и дискурс на тему политики, религиозный дискурс и дискурс на тему религии, правовой дискурс и

дискурс на тему права, бизнес-дискурс и дискурс на тему бизнеса, научный дискурс (как правило, в научно-популярной версии) и дискурс на тему науки, литературный (шире культурный) дискурс и дискурс на тему литературы и т. д. [Wojtak 2010a: 86; 2010b: 13–15]. Медиадискурс, обогащенный другими дискурсами, подвергается собственным изменениям, учитываются при этом преобразования абсорбируемых дискурсов. Ему свойственна трансгрессивность, связанная с открытием границ самого дискурса (что связано с абсорбцией, а также экспансией на территории других дискурсов) и границ разных аспектов (уровней) дискурса.

Что это означает для жанров, образующих печатный дискурс? Первый ответ, появляющийся относительно часто, прост. Печатные дискурсы исчезают, размываются, становятся аналитически неуловимыми. Может ли наблюдение за дискурсивной практикой сделать этот ответ другим? Размываются ли, на самом деле, жанры или это только ощущение получателя, который поддается очарованию дискурсивных стратегий, используемых журналистами? В какой степени и при помощи каких параметров участвуют жанры в трансгрессивности дискурса? Что является изменчивым, а что постоянным?

О том, что образцы печатных жанров эластичные, шла речь раньше. Стоит в контексте настоящих рассуждений задуматься над признаками и границами такой эластичности.

Носителями дискурсивной открытости становятся, в первую очередь, три аспекта образца, т. е. его тематический уровень, охватывающий как выбор обсуждаемой проблематики, так и способ ее представления, прагматический уровень, связанный с коммуникативными целями и построением взаимоотношений отправитель-получатель и стилистический уровень, изоморфный по отношению к вышевыделенным, т. е. неоднородный [Wojtak 2004: 311–313; 2010a: 89–90].

Почему жанры не распадаются, а создают впечатление, что их трудно однозначно идентифицировать? В силу традиции они замыкаются в структурах, которым свойственна постоянная форма. Структурный аспект образца — уровень, соединяющий жанры. Однако, его нельзя считать корсетом или текстовой матрицей.

Морфология печатных текстов охватывает три составляющие, которые можно расширять, рассматривать комплексно или сокращать. Такое положение вещей порождает возможность управлять композиционными формулами, связанными с конкретными жанрами или «странствующими» формулами. Первую группу составляют комбинации заглавия и корпуса (т.е. основного текста). Простое заглавие и одноабзацный корпус создают записку, составное заглавие, предшествующее корпусу с несколькими абзацами типично для заметки. Структура с тремя составными, охватывающая заглавие (простое или составное), лид (первый графически выделенный абзац) и корпус с несколькими абзацами может стать основой для многих жанров. Переход от сферы информации к публицистике и смешанным сферам часто вызывает недоразумения по вопросам причисления конкретного текста к жанровой модели. Такое положение вещей очень близко константированию, что жанры размылись. Оно является признаком смешивания богатства текстовых реализаций с выработанной моделью.

Суть упомянутых явлений постараемся сейчас свести к дискурсивному анализу, который при помощи жанра устанавливает коммуникативный фильтр. Определенная структура пополняется уместнопредставленным содержанием (согласно принципу столкновения разных точек зрения) для того, чтобы удивить читателя.

Основной редакционной техникой, отвечающей позиции печатного отправителя, становится концепт. С семантической стороны это означает выбор экзотической тематики или оригинального подхода к известным проблемам. С прагматической стороны — такую постановку, чтобы читатель смог почувствовать себя полноценным и удовлетворенным (этим объясняется часто экспонируемая игра между известным и неизвестным, серьезным и мелким, общим и профессиональным). Со стилистической стороны — подбор форм передачи (в том числе структурных и свободных концептов — до недавних пор используемых исключительно в фельетонах), так чтобы конкретная форма была копией выражения мыслей, доступной имплицитному отправителю или полностью его шокировала, доставляя удовлетворение по поводу соприкосновения чего-то небанального. В любом случае существенно ощущение удовлетворения.

При этом нельзя забывать, что гомогенизация печатного дискурса имеет свои границы, а ожидания читателей не являются неизменными. На печатном рынке стираются тенденции эгалитарного подхода к читателям со стремлением к элитарности. Однако, количество коммуникативных фильтров настолько большое, что нельзя явления дискурсивных воздействий на печатные жанры свести к нескольким интерпретационным обобщающим формулам. Отправитель таких сообщений часто является фокусником, получатель, в свою очередь, — удовлетворенным потребителем, а также одним из создателей и участников медиамира. Концепт как подход к изображаемому миру (связанный с замыслом презентации, с тем, что стоит подобрать для презентации с какой точки зрения приготовить такую презентацию), а также редакционная техника становятся постоянной составной жанровых образцов всех печатных жанров. На уровне коммуникации это означает огромное количество разнообразных конкретных текстов, которые могут в значительной степени нарушать классические жанровые нормы.

5. Выводы. Отношения между медиадискурсом и осуществляющими его жанрами имеют характер взаимодействия. Жанры сохраняют свое тождество, главным образом, на структурном уровне, устанавливая в образцах пределы возможных трансформаций. Дискурс размещает их на тематическом, прагматическом и стилистическом уровнях, делая из них четкое, неоднократно оригинальное орудие способа видения мира и уговаривающего воздействия. Основные параметры дискурса помещаются однако в рамках анализа, который учитывает вариантивность самих образцов, главным образом, объем жанровых альтернатив и адаптаций.

Какие обязанности вытекают для ответственного исследователя печати, т. е. такого, который не гонится за новинками лишь для того, чтобы принять участие в таких гонках и не желает любой ценой стать научным империалистом? Надо замечать достоинства обоих типов анализов, как имманентного, так и дискурсивного, быть готовым изменять точки зрения и исследовательские перспективы в зависимости от намеченных целей. Конкретные жанры (и

репрезентирующие их тексты), а также их совокупности можно исследовать многоаспектно. Общая закономерность представляется следующим образом: для стабилизированных жанров достаточно имманентной перспективы как исходной точки (ведь в рамках познавательного и прагматического аспектов могут разместиться основные параметры дискурса), по отношению к нестабилизированным жанрам большие возможности порождает дискурсивный анализ (ведь в рамках структурного аспекта можно разместить характеристику стабилизирующих формальных очертаний).

Перевод с польского
Войцеха Хлебды и Марии Моцаж

ЛИТЕРАТУРА

1. Miczka E. Kognitywne struktury sytuacyjne i informacyjne w interpretacji dyskursu. Katowice, 2002.
2. Mrozowski M. Mediamasowe. Władza, rozrywka, biznes. Warszawa, 2001.
3. Stępnik K., Rajewski M. (red). Mediastudies. Refleksjenadstanemobecny. Lublin, 2008.
4. Wojtak M. Gatunkiprasowe, Lublin, 2004.
5. Wojtak M. Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej [w:] Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku, t. 1, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Lublin, 2006. C. 115–128.
6. Wojtak M. Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej, [w:] Styl — dyskurs — media, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź, 2010a. C. 81–91.
7. Wojtak M. Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy. Lublin, 2010 b.
8. Wojtak M. Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych. Lublin, 2010.
9. Wojtak M. Współczesne modlitewniki w oczach językoznawcy. Studium genologiczne, Tarnów, 2011.
10. Wojtak M. Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu [w:] Tekst — gatunek — dyskurs na przełomie XX i XXI wieku, red. J. Szadura, Lublin, 2012. C. 9–26.
11. Żydek-Bednarczuk U. Dyskurs medialny [w:] Przewodnik po stylistyce polskiej style współczesnej polszczyzny, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków, 2013. C. 179–197.

REFERENCES

1. Miczka E. Cognitive Situational and Informational Structures in the Interpretation of Discourse Katowice, 2002.
2. Mrozowski M., *Mass Media. Power, Entertainment, Business* Warsaw, 2001.
3. Stępnik K., Rajewski M. (ed.), *Media Studies. Reflections on the Current State of Affairs*, Lublin, 2008.
4. Wojtak M. *Press Genres*, Lublin, 2004.
5. Wojtak M. Interactional Style of Communication in Women Press [in:] *Culture Texts. Aspects of the 21st Century Communication*, vol. 1, (ed.) J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Lublin, 2006. P. 115–128.
6. Wojtak M., *The Style of Press Journalism in the Discursive Perspective*, [in:] *Style — Discourse — Media*, (ed.) B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź, 2010a. P. 81–91.
7. Wojtak M. *Voices from the Present. On Language of the Modern Polish Press*. Lublin, 2010b.
8. Wojtak M. *Analysis of Press Genres. A Textbook for Students of Journalism and Related Fields of Study*. Lublin, 2010c.
9. Wojtak M. *Modern Payer Books in the Eyes of a Linguist. A Genre Study*. Tarnów, 2011.

10. Wojtak M. Press Genres in Their Discursive Anchorage. [in:] Text — Genre — Discourse on the Turn of the 20th and 21st Centuries, (ed.) J. Szadura, Lublin, 2012. P. 9–26.

11. Żydek-Bednarczuk U. Media Discourse [in:] A Guide in Polish Stylistics. Styles of Modern Polish. (ed.) E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk. Cracow, 2013. P. 179–197.

**МЕДИАТЕКСТ: СТРУКТУРА,
КОМПОЗИЦИЯ, ВЕКТОРЫ ОБНОВЛЕНИЯ**
.....

УДК 811.161.1:1:07,
ББК 81.2 Р,
ГСНТИ 16.01.45,
КОД ВАК 10.01.10

М. Ю. Казак
Белгород, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАТЕКСТЫ: ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ, ДЕЛИМИТАЦИИ, ТИПОЛОГИИ

В центре исследования находится медиатекст как базовая категория медиалингвистики, обладающая универсальными и уникальными характеристиками. К специфическим признакам медиатекстов отнесены их массовость, медийность, семиотическая интегративность, интертекстуальная открытость. Типология медиатекстов осуществляется с опорой на восемь категорий: канал связи, институциональный тип текста, типологические характеристики издания или канала, адресант, адресат, код, функционально-жанровая принадлежность текстов, тематическая доминанта.

Ключевые слова: *медиатекст, критерии медиатекстов, типологические категории.*

Мария Юрьевна Казак, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и связей с общественностью Белгородского государственного университета.

308015, г. Белгород, ул. Победы, 85, 17 корпус, ком. 2-34.

E-mail: kazak@bsu.edu.ru.

© Казак М. Ю., 2014

Термин «медиатекст», введенный в широкое употребление Т. Г. Добросклонской¹, используется в качестве родового по отношению к серии традиционных и новых обозначений: *публицистический текст, газетный текст, радио- и телетекст, сетевой текст, гипертекст, рекламный текст* и т. п. Генезис слова «медиа» (от лат. «media», «medium» — средство, способ, посредник) позволяет называть медиатекстом любой носитель информации, в том числе традиционные книги, произведения искусства или современные феномены технического прогресса. Однако в качестве обобщающего термина медиатекст закрепился именно за текстами, функционирующими в массовой коммуникации. Что же касается объема понятия «медиатекст», то его также следует ограничить, поскольку все, что медиатизируется, вовлекается в сферу СМИ, вполне уживается в рамках этого понятия. Вместе с тем свою объяснительную силу термин обретает при понимании медиатекста как совокупного творческого продукта трех социальных институтов: журналистики, PR и рекламы. В настоящее время медиатекст приобрел статус базовой категории в новых направлениях лингвистической, философской, журналистской, педагогической наук — медиалингвистике, медиастилистике, медиакультуре, медиакритике, медиаобразовании (Л. Р. Дускаева, Н. Б. Кириллова, А. П. Короченский, А. В. Федоров, Н. В. Чичерина, Т. В. Шмелева и др.).

¹ Этот термин возник в 90-х гг. XX столетия в англоязычной научной литературе и быстро распространился в международных академических кругах (Т. ван Дейк, М. Монтомери, А. Белл, Н. Фейерклаф, Р. Фаулер и др.) [Добросклонская 2008: 53].

Медиатекст оказывается в центре многоаспектных исследований, нацеленных на установление в нем универсального и специфического, типологического и уникального. Формирующаяся теория медиатекста базируется, с одной стороны, на отечественных традициях изучения публицистического стиля, лингвистики текста, языка СМИ, представленных именами А. Н. Васильевой, В. В. Виноградова, Г. О. Винокура, М. Н. Кожинной, В. Г. Костомарова, В. В. Одинцова, Ю. В. Рождественского, Г. Я. Солганика, Д. Н. Шмелева и др. С другой стороны, теория медиатекста аккумулирует когнитивно-дискурсивные, коммуникативно-прагматические, лингвокультурологические научные идеи, рассматривая медиатекст как сложное коммуникативное событие. Признание коммуникативно-дискурсивной сущности медиатекста вводит его в круг интересов всех гуманитарных наук и делает открытым по отношению к участникам коммуникативной деятельности и среде его существования. Значимой становится текстовая модель, базирующаяся на структуре коммуникативного акта и связывающая текст с внешним миром — миром действительности и миром текстов: говорящий / слушающий (автор / адресат), кодовая организация текста, условия и обстоятельства коммуникации, коммуникативные цели, процессы вербализации и понимания. Определяя распространение информации в СМИ как дискурсивную деятельность, исследователи отмечают, что необходимо исходить из того, что СМИ есть «средства разъяснения и популяризации, передачи особым образом обработанной, препарированной и переданной информации особому адресату с целью воздействия на него. В этом качестве дискурс СМИ отражает определенные структуры знания и оценок мира, ориентирующих адресата на определенное осмысление действительности и, главное, на последующие действия, поведение» [Кубрякова 2008: 184].

Все тексты, тиражируемые и ретранслируемые по каналам массовой коммуникации (новостные подборки, выступления политиков, комментарии и мнения экспертов, развлекательные шоу и т. д.), могут быть рассмотрены в парадигме традиционных категорий текста, таких как связность, целостность, выраженность, ограниченность, структурность (Н. С. Валгина, А. И. Горшков, Ю. М. Лотман, Б. Я. Мисонжников, Т. М. Николаева, З. Я. Тураева и др.). Наиболее цитируемое в лингвистике определение, предложенное И. Р. Гальпериним [Гальперин 1981: 18], включает в границы текста письменно зафиксированные высказывания, подвергшиеся литературной обработке, имеющие автора, структурно-композиционную организацию, заголовки и т. д. Вместе с тем классические рамки текста оставляют за его пределами материалы массовой коммуникации, существующие в устной форме (электронные СМИ), создаваемые в интерактивных условиях (спонтанная речь), не всегда имеющие автора (редакционные материалы), заголовок (подборки новостей в газете или на сайте информационных агентств), приобретающие в интернет-коммуникации нелинейную организацию с разветвляющейся системой отсылок. Безусловно, даже маленькая заметка на газетной полосе может быть рассмотрена как связное и целостное произведение, ограниченное во времени и пространстве, состоящее из заголовка и сверхфразовых единств, имеющее прагматическую целеустановку. Однако такой подход к интерпретации медиатекстов есть лишь первый этап их анализа.

Исследования в области массовой коммуникации свидетельствуют о том, что с возникновением и развитием информационных технологий сформировался «новый вид текста», уникальный по синтезу в нем звучащей и видимой речи [Рождественский 1979: 166], «текст высшей семиотической сложности» [Володина 2008: 14], в котором вербальная информация сопровождается графическим оформлением, звуковым сопровождением, видео-рядом; вербальная информация может быть минимизирована или вообще отсутствовать (например, формат «Без комментариев»). Таким образом, при переносе классического текста в сферу массмедиа текст получает новые смысловые оттенки и медийные добавки [Добросклонская 2008], приобретает расширительное толкование и — в итоге — выходит за пределы знаковой системы языка, приближаясь к семиотическому пониманию текста [Солганик 2005: 15]. По сути, медиатекст — «новый коммуникационный продукт», «коммуникационный конгломерат», особенность которого заключается в том, что он может быть включен в разные медийные структуры (вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов) и в разные медийные обстоятельства (периодическая печать, радио, телевидение, Интернет, мобильная и спутниковая связь) [Засурский 2007: 10].

Специфика медиaproдукта, связанная с изменением статуса классического произведения, определяется внешними условиями его существования, к которым можно отнести следующие.

Особый тип и характер информации — «без жесткого определения содержания такой информации — лишь бы она рассматривалась отправителем как существенная, важная или даже необходимая обществу как массовому ее потребителю» [Кубрякова 2008: 185]. СМИ конструируют собственную реальность (Н. Луман), в которой живет современный человек; моделируют идеологизированную картину мира (Т. ван Дейк, У. Эко); создают «информационные построения действительности», которые определяются не только стремлением к документальности и реальности, но и вымыслом, и «даже имеют виртуальный характер» [Володина 2008: 46].

«Вторичность текста» — тексты СМИ отличаются от других видов текстов тем, что в них «используются, систематизируются и сокращаются, перерабатываются и особым образом оформляются все другие виды текстов, которые считаются „первичными“» [Рождественский 1979: 166]; медиатексты существуют как гипертексты или интертексты, «в переключке с другими текстами, даже если последние явно не цитируются» [Петренко 2008: 170].

Смысловая незавершенность, специфический характер массмедийной интертекстуальности, открытость для многочисленных интерпретаций — «обладая адресатом, тексты в СМИ не обязательно обладают завершенностью, поскольку сообщают одни и те же содержания, хотя и в разных комбинациях и модальностях» [Волков 2008: 130]; «постоянная и бесконечная ссылка текстов друг на друга и постоянное цитирование» делает эти тексты лишь звеном в передаче информации [Артамонова 2008: 110].

Производство «на поток», одноразовость, невозпроизводимость и, как следствие, стандартизованность, сиюминутность, быстротечность информации — это то, что, по мнению некоторых исследователей, выводит массовую

информацию за пределы культуры в область субкультуры, массовой культуры, «ценности которой ориентированы на примитивный уровень потребления товаров и услуг» [Волков 2008: 131].

Медийность, или опосредованность качественных характеристик текста техническими возможностями передающего канала. Зависимость семиотической организации текста от форматных свойств каналов, к которым современные коммуникативисты относят прессу, радио, телевидение, кинематограф, звуко- и видеозаписи, различные формы новейших телекоммуputerных систем и мультимедийных устройств [Землянова 2004: 197], проявляется в смешанном характере текстов — вербально-невербальных, вербально-визуальных, креолизованных, поликодовых, интегрирующих в единое семиотическое целое разные знаковые системы.

Полиинтенциональность медиатекстов, речевая структура которых определяется иерархией целевых установок медиасферы, издания, жанра, субъекта речи. Выделяются глобальные интенции, такие как информирование и анализ (В. И. Коньков), осведомление, оценка, побуждение (Л. Р. Дускаева), информирование, убеждение, развлечение (Н. И. Клушина), информирование, разъяснение, убеждение, побуждение, развлечение (Т. В. Шмелева) и др. В настоящее время в русле интенционального подхода формируется новое перспективное направление в типологии медиатекстов (см.: [Медиатекст как полиинтенциональная система 2011]).

Коллективное производство текстов (автор — собирательный (А. Н. Васильева), коллективный (Ю. В. Рождественский), коллективно-индивидуальный (М. Н. Кожина), «команда под руководством господина N» (Ю. Д. Артамонова) и *массовая аудитория*, вступающая в ретинальное, опосредованное, социально ориентированное общение [Леонтьев 2008: 134]; *рассредоточенная, неопределенная, разнородная* аудитория, представляющая собой социальные группировки, не связанные целями и интересами, и объединенная «только элементарным знанием языка» [Волков 2008: 130].

Особый характер *обратной связи* — ограниченный, минимизированный, отложенный во времени и пространстве, имеющий имитационный характер (например, «массовка» на телевидении) или вовсе отсутствующий [Костомаров 2005].

Перечень экстралингвистических факторов не является конечным. Так, отдельным пунктом возможно ввести *экономический* параметр, превращающий информацию в товар и приводящий к коммерциализации СМИ.

Итак, ведущими признаками медиатекстов можно считать *медийность* (детерминация текста форматными и техническими возможностями канала), *семиотическую интегративность* текста (объединение в единое коммуникативное целое различных семиотических кодов), *массовость* (как в сфере создания, так и в сфере потребления медиапродуктов), *открытость* текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях (массмедийная интертекстуальность, в широком понимании термина).

Типология текстов, функционирующих в массовой коммуникации, опирается на модели коммуникации, в кругу которых классическими считаются модели Г. Лассуэлла (кто — что сообщает — по какому каналу — кому — с

каким эффектом) и Р. Якобсона (адресант, сообщение, адресат, контекст, контакт, код). Компоненты моделей коммуникации полностью совмещаются с функциональным представлением массмедийного продукта, предложенного в социологии журналистики, где *адресант* — «издатель», «журналист»; *сообщение* — «текст»; *адресат* — «аудитория»; *контекст* — «социальные институты», «действительность»; *контакт* — «канал»; *код* — «язык» и другие семиотические системы [Социология журналистики 2004: 90-108].

Следуя моделям коммуникации, в основу выделения типов медиатекстов можно заложить следующие категории:

- канал распространения — печать, радио, телевидение, Интернет,
- институциональный тип текста: журналистский, рекламный, PR-текст,
- типологические характеристики изданий/каналов,
- адресант (автор, производитель текста) — социальный/частный, в соответствии с чем в текстовой ткани формируется авторская модальность (объективное или субъективное отношение к действительности),
 - адресат (аудитория) — массовый / специализированный,
 - сообщение (текст) — функционально-жанровая и стилистическая классификация текстов трех социальных институтов массовой коммуникации,
 - код (язык) — вербальные, невербальные, вербально-невербальные (поликодовые, креолизованные) типы текстов,
 - тематическая доминанта, отражающая медиатопику и формирующая национальный медиаландшафт [Добросклонская 2008].

Естественно, перечень категорий не является конечным, он может быть расширен за счет других коммуникативных элементов. Классификация медиатекстов может базироваться и на таких признаках, как *формы создания и распространения информации* (устные/письменные тексты и их варианты) [Добросклонская 2008: 55; Чичерина 2008]; обратная связь, учитывающая условия протекания коммуникации (опосредованная/интерактивная коммуникация), эффективность коммуникации (коммуникативно успешные/неуспешные тексты) и др. Однако, как нам представляется, предложенные восемь параметров являются доминантными, учитывающими технические, институциональные, идеологические, коммуникативные, форматные, жанровые, содержательные особенности медиатекстов. Существенно, что типологические признаки находятся между собой в неоднозначных, пересекающихся отношениях: выдвижение на первый план одного из них перестраивает все остальные признаки. В составе признаков, вокруг которых группируются медиатексты, не названа медиасфера, поскольку она предполагается по умолчанию, под ее воздействием преломляются все внешние и внутренние текстовые показатели. Медиасфера как «особая территория коммуникации» является важнейшим понятием в медиалингвистике в силу того, что в зону ее действия втягиваются факты всех остальных сфер, все дискурсы «имеют медийное измерение» [Шмелева 2012: 158].

По каналу распространения медиатексты делятся на печатные, радиальные, телевизионные, сетевые тексты. Этот признак следует отнести к ведущим, поскольку каждый из каналов имеет свой набор медийных признаков, оказывающих существенное влияние на содержание медиатекста и на форму его воспроизведения [Современный медиатекст 2001: 18].

По параметру «институциональный тип текста» осуществляется ранжирование медиатекстов на журналистские, рекламные и PR-тексты, каждый из которых имеет свои специфические характеристики. Объединенные социальной направленностью и форматными признаками, эти типы медиатекстов различаются предметно-тематическим наполнением, функциональным предназначением (Е. С. Кара-Мурза), отношением к факту (Е. С. Щелкунова) и др. Ядро медиадискурса составляют тексты журналистики, в то время как PR-тексты и рекламные тексты размещаются на «дальней периферии» [Бобровская 2011].

Самостоятельность журналистского текста, в отличие от рекламного и PR-текста, проистекает из основополагающих принципов, целей и функций журналистики как общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации. В основе журналистского текста лежит социальный факт; в идеале информация, предъявленная в текстах, должна соответствовать критериям объективности, актуальности, релевантности (Г. Рагель). На деле же соотношение журналистских текстов с действительностью приобретает сложный и многоступенчатый характер, поскольку журналист моделирует языковую картину мира, задавая особый мир событий и создавая медийную реальность, отличающуюся от реальной действительности. Тем не менее грамотная интерпретация происходящего журналистами не отменяет надежности оперативного знания о действительности (В. В. Богуславская, С. Г. Корконосенко, Г. В. Лазутина).

Определение журналистского текста обычно осуществляется через перечисление признаков: фактологическая основа, доказательность и надежность источников информации, точность и понятность подачи материала, приоритеты интересов общества, учет потребностей аудитории, соблюдение профессионально-этических и стилевых норм [Маквейл 2007: 3]. Ср.: журналистский текст — это творческий продукт, социальный продукт, наделенный «презумпцией действительности» (Е. П. Пронин); носитель оперативного знания, обеспечивающий поступательность и преемственность информации; уникальный тип текста, связанный с взаимодействием журналиста, издателя и аудитории [Богуславская 2008], регулирующийся социокультурными и идеологическими установками общества, зависящий от канала распространения, формата издания и др. [Саймонс 2007: 6].

Проблематичным оказывается разграничение двух понятий — журналистский текст и публицистический текст, которые в традициях лингвостилистики функционируют как взаимозаменяемые. Можно привести примеры того, как пытаются решить этот вопрос представители тех или иных научных школ. Так, введение понятия «журналистский текст», наряду с публицистическим текстом, Е. С. Щелкунова считает терминологически избыточным [Щелкунова 2004: 70]. Учитывая «отсутствие единого стилевого принципа газетной речи», В. В. Богуславская предлагает термин «публицистический текст» заменить на «журналистский текст»: «Сегодня <...> уместнее говорить не о газетной речи <...> а о языке массовых коммуникаций... Необходимо говорить не о публицистических, а о журналистских текстах» [Богуславская 2008: 43].

В теории журналистики, признающей журналистику и публицистику разными видами творческой деятельности [Лазутина 2004: 41; Полонский 2009], наметилась тенденция к строгой дифференциации данных понятий. Вместе с тем сложности разграничения начинаются сразу на этапе анализа типов и жанров медиатекстов по их принадлежности к разряду публицистических или журналистских. Эта область исследования не имеет однозначного решения: к публицистике относят тексты общественно-политической тематики, или полемически острые произведения, или материалы, выполненные в аналитических жанрах, или, напротив, материалы, выполненные в художественно-публицистических жанрах, и т. д. По-видимому, следует признать, что журналистика и публицистика находятся в пересекающихся отношениях, при этом специфику текстов следует искать не столько в их жанровых системах, сколько в способах подачи материала, в краске текста, в преломлении категории автора в текстовой ткани. Представляется справедливым подход к данной проблеме Л. Г. Кайды, считающей главными критериями публицистического текста отношение автора к действительности и функции, на выполнение которых нацелен текст [Кайда 2006: 25].

Типологические характеристики издания базируются на форматных (тираж, объем издания, продолжительность вещания, периодичность, время выхода), экономических (форма собственности, бюджет и др.), аудиторных, целевых, организационных признаках. Типы медиатекстов, создаваемые в качественных, массовых или специализированных изданиях, значительно различаются на содержательном, структурно-композиционном, жанрово-стилистическом и языковом уровнях.

Автор как важнейшая тексто- и стилеобразующая категория классифицируется в научной литературе с опорой на различные показатели. Так, в исследовании Е. С. Щелкуновой учитывается степень присутствия автора в текстовой ткани, в соответствии с чем выделяются три типа коммуникатора: персонифицированный, обобщенный и деперсонифицированный автор [Щелкунова 2004: 136]. Опираясь на понятие объема (количественный критерий) и статуса коммуниканта (качественный критерий), Н. В. Муравьева предлагает такие типы автора, как персональный / коллективный и частный / публичный / социальный [Муравьева: [http](#)]. Согласно концепции Г. Я. Солганика, в категории адресанта выделяется оппозиция: автор — «человек социальный» и автор — «человек частный». Между крайними полюсами категории автора располагается огромное количество переходных случаев, формируются типы автора: пропагандист, полемист, редактор, летописец, художник, аналитик, исследователь и др. [Солганик 2010: 17]. Т. В. Шмелева предлагает три параметра авторского начала в тексте (выявленность автора, степень сложности, удельный вес), что позволяет выстроить своеобразную шкалу репрезентации авторского «я» [Шмелева: [http](#)] и предложить достаточно надежный инструментарий для анализа авторского начала в современных медиатекстах. Заметим, что мера и степень присутствия автора в текстовой ткани может рассматриваться как показатель публицистических материалов.

Категория *адресата* является существенной категорией медиатекста, определяющей коммуникативное взаимодействие автора и адресата через

текст (Н. Д. Арутюнова, Т. Г. Винокур, И. М. Кобозева, Л. П. Крысин, Ю. М. Лотман и др.). Идеи М. М. Бахтина о «двухголосом» слове легли в основу теоретического осмысления медиакоммуникации как двустороннего процесса, принципиальным свойством которого является диалогичность. Исследование Л. Р. Дускаевой показало, что структура и содержание медиатекстов предвосхищается информационными и коммуникативными запросами аудитории. И хотя адресат является «гипотетическим интерпретатором» текста, в котором отражаются представления автора об аудитории, тем не менее роль адресата в текстопорождении велика [Дускаева 2004].

Возникшая на российском медиарынке конкуренция за различные сегменты аудитории вызвала дифференциацию изданий, изменила их функциональное предназначение, сформировала разнообразные типы общения и различные типы адресатов. Ориентированность современных СМИ на своего читателя (слушателя, зрителя) находит отражение в различных систематизациях: типологических (качественные — массовые — бульварные), идеологических (нейтральные — левоориентированные — правоориентированные), стилевых (традиционные — бульварные). Не случайно наиболее успешные СМИ провозглашают для себя адресата как особую ценность [Муравьева: <http>]. В докторской диссертации Т. Л. Каминской «Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семантико-прагматическое исследование» (2009) адресат в массовой коммуникации выступает «таким же организующим началом, каковое, по концепции В. В. Виноградова, принадлежит образу автора в художественных текстах». Базовыми признаками текстовой категории адресата является наличие в тексте оппозиции «свой — чужой», ориентация на речевой опыт целевой аудитории, использование элементов, репрезентирующих картину мира адресата и характеризующих его стиль жизни и социальный статус. Согласно проведенному исследованию, в современных текстах массовой коммуникации вычленяется несколько типов адресата: «интеллигентное меньшинство», «представитель образцовой среды», «простой человек» [Каминская 2009: 14]. Перспективным представляется исследование участников коммуникации (речедейателей, с их речевым поведением) в общем разделе *медийной персонологии* [Шмелева 2012: 56], что позволяет установить коммуникативные ипостаси адресата и адресанта в одном медиатексте.

Типология *сообщений (текстов)* по жанрово-стилистическому принципу — наиболее востребованная ветвь современных медиаисследований. Под влиянием внешних факторов в реальной жизни медиатекстов обозначилась яркая тенденция к контаминации, смешению жанров, монтажу текстовых моделей. Происходит заметная эволюция традиционной системы журналистских жанров, отражающая уход одних форм, появление других, актуализацию третьих, упразднение жанровых перегородок, свободную комбинацию нескольких текстовых моделей (работы Л. Е. Кройчика, Б. Я. Мисонжникова, А. Н. Тепляшиной, А. А. Тертычного и мн. др.). Процессы интеграции охватывают медиажанры в широком диапазоне, и не только в границах журналистики, но и на стыке журналистики, рекламы и PR. Исследователи предупреждают о непредсказуемых социальных последствиях сращения текстов журналистики и PR («пиар-журналистики», в обозначении А. П. Короченского), влияющих как на структуру

и коммуникативные процессы, так и на поведение и мировоззрение массовой аудитории в целом. Таким образом, жанровая гетерогенность в массовой коммуникации, с одной стороны, свидетельствует о естественной гибкости и подвижности границ текстов, но, с другой стороны, актуализирует профессионально-этические и нормативные проблемы, регламентирующие пределы жанровых свобод. Текстовая гетерогенность проявляется и в активном взаимодействии публицистического стиля с другими функциональными стилями и нелитературными формами национального языка, в расширении границ языка СМИ в сторону снижения стиля.

Код медиатекста апеллирует к его форме, фактуре, семиотической организации. Любой медиатекст интегрирует в едином смысловом пространстве разнородные компоненты: вербальные, визуальные, аудитивные, аудиовизуальные. И даже газетные публикации трудно обозначить только как вид письменной речи, поскольку важным элементом газетного текста выступает визуальная составляющая, его графическое, шрифтовое, цветовое оформление. Для адекватного понимания газетного материала существенным оказывается пространственный параметр, выполняющий «определенную смыслообразующую функцию» [Чичерина 2009: 22]: размещение на полосе, объем, соседство с другими текстами.

Семиотическая гетерогенность текстов СМИ является следствием того, в каких медийных структурах (вербальных/невербальных) и медийных форматах (печать, радио, телевидение, Интернет) функционируют медиатексты. Детерминированность технических и семиотических признаков медиатекстов позволяет объединить разнообразие материального воплощения речи в автономном разделе *фактурологии*, как это предлагает Т. В. Шмелева. Особенностью медиатекстов оказывается то, что они практически лишены возможности существовать в одной из фактур (печатной, радиальной, телевизионной или интернет-фактуре), напротив, они перетекают из одной фактуры в другую, поэтому медиатекст способен иметь *фактурную парадигму*, обеспечивающую интенсивность его обращения по всем каналам связи [Шмелева: [http](http://)].

Что касается *тематической доминанты*, то этот параметр позволяет типологизировать медиатексты по принадлежности к устойчивым, регулярно освещаемым в СМИ темам, таким как политика, экономика, бизнес, спорт, культура, новости [Добросклонская 2008: 66], что составляет традиционно сильную сторону российских медиаисследований.

Итак, восемь различных по природе признаков (канал, институциональный тип текста, типологические характеристики изданий, адресант/адресат, функционально-жанровая типология медиатекстов, код, медиатопика) позволяют оценивать медиатекст как текст особого типа, в отличие от научного, делового, художественного или разговорного текстов. Предложенные признаки находятся в разных плоскостях, они постоянно пересекаются, взаимодействуют и, в зависимости от аспекта исследования, перетекают друг в друга. Подобный подход к анализу медиатекстов свидетельствует о многоаспектности, многоплановости медиапродуктов и, по справедливому замечанию Я. Н. Засурского, может служить универсальным методом анализа медиатекстов [Засурский 2007: 7]. В этом направлении исследования медиатекстов еще только начинаются.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артамонова Ю. Д., Кузнецов В. Г. Герменевтический аспект языка СМИ // *Язык средств массовой информации*. М., 2008. С. 99–117.
2. Бобровская Г. В. Когнитивно-элокутивный потенциал газетного дискурса. Волгоград, 2011.
3. Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. М., 2008.
4. Волков А. А. Филология и риторика массовой информации // *Язык средств массовой информации*. М., 2008. С. 118–132.
5. Володина М. Н. Язык массовой коммуникации — особый язык социального взаимодействия // *Язык средств массовой информации*. М., 2008. С. 6–47.
6. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981.
7. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008.
8. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Пермь, 2004.
9. Засурский Я. Н. Медиатекст в контексте конвергенции // *Язык современной публицистики*. М., 2007. С. 7–12.
10. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М., 2004.
11. Кайда Л. Г. Композиционная поэтика публицистики. М., 2006.
12. Каминская Т. Л. Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семантико-прагматическое исследование: Автореф. дисс. ... докт. филол. наук. Санкт-Петербург, 2009.
13. Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста. М., 2008.
14. Костомаров В. Г. Наш язык в действии. М., 2005.
15. Кубрякова Е. С., Цурикова Л. В. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // *Язык средств массовой информации*. М., 2008. С. 183–209.
16. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2004.
17. Леонтьев А. А. Психология воздействия в массовой коммуникации // *Язык средств массовой информации*. М., 2008. С. 133–145.
18. Маквейл Д. Журналистское произведение как творческий феномен // *Медиа-дискурс: Теория и практика массовых коммуникаций*. Екатеринбург, 2007. С. 2–3.
19. Медиатекст как полиинтенциональная система. СПб., 2012.
20. Муравьева Н. В. Язык конфликта. М., 2002. URL: <http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&bid=192&cid=1365>.
21. Петренко В. Ф. Психосемантика массовых коммуникаций // *Язык средств массовой информации*. М., 2008. С. 170–182.
22. Полонский А. В. Сущность и язык публицистики. Белгород, 2009.
23. Рождественский Ю. В. Введение в общую филологию. М., 1979.
24. Саймонс Г. Статья зеркалом общественных потребностей // *Медиа-дискурс: Теория и практика массовых коммуникаций*. Екатеринбург, 2007. С. 6–7.
25. Современный медиатекст. Омск, 2011.
26. Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. М., 2005. № 2. С. 7–15.
27. Солганик Г. Я. Основы лингвистики речи. М., 2010.
28. Социология журналистики: Учеб. пособие для студентов вузов. М., 2004.
29. Чичерина Н. В. Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов. М., 2008.
30. Шмелева Т. В. Медиалингвистика как медийное речеведение // *Медиатекст как полиинтенциональная система*. СПб., 2012. С. 56–61.

31. Шмелева Т. В. Фактурология в контексте медиалингвистики. URL: <http://jf.spbu.ru/medialingvistika/2812/2948.html>.

32. Щелкунова Е. С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации. Воронеж, 2004.

REFERENCES

1. Artamonova Y. D., Kuznetsov V. G. Hermeneutic aspect of media language. [Germenevticheskiy aspekt yazyka SMI]. Yazyk sredstv massovoy informatsii — Language of mass media. Moscow, 2008. P. 99–117.

2. Bobrovskaya G. V. Cognitive and elocutional potential of the newspaper discourse [Kognitivno-elokutivnyi potentsial gazetnogo discursa]. Volgograd, 2011.

3. Boguslavskaya V. V. Modeling the text: linguosociocultural conception. Analysis of journalistic texts [Modelirovanie texta: linguosocioculturnaya contseptsiya. Analiz jhurnalistskih textov]. Moscow, 2008.

4. Volkov A. A. Philology and rhetorics of mass information [Philologiya i ritorica massovoi informatsii]. Yazyk sredstv massovoy informatsii — Language of mass media. Moscow, 2008. P. 118–132.

5. Volodina M. N. Language of mass media as a special language of social interaction [Yazyk massovoy kommunikatsii — osobyi yazyk sotsial'nogo vzaimodeystvia]. Yazyk sredstv massovoy informatsii — Language of mass media. Moscow, 2008. P. 6–47.

6. Galperin I. R. Text as an object of linguistic research [Text kak ob'ekt lingvisticheskogo isslodovaniya]. Moscow, 1981.

7. Dobrosklonskaya T. G. Medialinguistics: a system approach to media language [Medialingvistika: sistemnyi podhod k izucheniyu yazuka SMI]. Moscow, 2008.

8. Duskaeva L. R. Dialogical nature of newspaper speech genres [Dialogicheskaya priroda gazetnykh rechevykh zhanrov]. Perm, 2004.

9. Zasursky H. T. Media text in terms of convergence [Mediatext v kontexte konvergentsii]. Yazyk sovremenoiy publitsistiki — Language of modern publicism. Moscow, 2007. P. 7–12.

10. Zemlyanova L. M. Communication studies and mass media. English-Russian dictionary of concepts and notions [Kommunikativistika i sredstva informatsii]. Moscow, 2004.

11. Kayda L. G. Compositional poetics of publicism [Kompozitsionnaya poetika publitsistiki]. Moscow, 2006.

12. Kaminskaya T. L. Image of addressee in mass communication texts: semantic and pragmatic research [Obraz adresata v textakh massovoiy kommunikatsii: semantiko-pragmaticheskoe isslodovanie: Diss. ... doct. filol. nauk]. Saint-Petersburg, 2009.

13. Klushina N. I. Stylistics of publicist texts [Stilistika publitsisticheskogo texta]. Moscow, 2008.

14. Kostomarov V. G. Our language in action [Nash yazyk v deystvii]. Moscow, 2005.

15. Kubryakova E. S., Tsurikova L. V. Verbal activity of mass media as a special type of discursive activity [Verbal, naya deyatel, nost, SMI kak osobyi vid diskursivnoy deyatel, nosti]. Yazyk sredstv massovoy informatsii Language of mass media. Moscow, 2008. P. 183–209.

16. Lazutina G. V. Introduction to creative work of journalists [Osnovy tvorcheskoy deyatel' nosti jhurnalista]. Moscow, 2004.

17. Leontyev A. A. Psychology of interaction in mass communication [Psichologiya vozdeystviya v massovoy kommunikatsii]. Yazyk sredstv massovoy informatsii Language of mass media. Moscow, 2008. P. 133–145.

18. McQuail D. Journalistic text as a creative phenomenon [Jhurnalistskoe proizvedenie kak tvorcheskii fenomen]. Media-diskurs: Teoriya i praktika massovykh kommunikatsiy Media discourse: theory and practice of mass communications. Ekaterinburg, 2007. P. 2–3.

19. Media text as a poly-intentional system [Mediatext kak poliintenatsional naya sistema]. Saint-Petersburg, 2012.
20. Muravyeva N. V. Language of conflict [Yazyk konflikta]. Moscow, 2002. URL: http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=192&c_id=1365.
21. Petrenko V. F. Psycho semantics of mass communications [Psikhoosemantika massovykh kommunikatsiy]. Yazyk sredstv massovoy informatsii — Language of mass media. Moscow, 2008. P. 170–182.
22. Polonsky A. V. Nature and language of publicism [Sutschnost I yazyk publitsistiki]. Belgorod, 2009.
23. Rozhdestvensky Y. V. Introduction to the general philology [Vvedenie v obshchuyu philologiyu]. Moscow, 1979.
24. Simons G. Becoming a mirror of social needs [Stat, zerkalom obshchestvennykh potrebnostey]. Media-diskurs: Teoriya i praktika massovykh kommunikatsiy — Media discourse: theory and practice of mass communications. Ekaterinburg, 2007. P. 6–7.
25. Modern media text [Sovremennyy mediatext]. Omsk, 2011.
26. Solganik G. Y. To the definition of notions “text” and “media text” [Kopredeleniyu ponyatiy “text” i “mediatext”]. Annales of Moscow University. Vol. 10. Journalism. Moscow, 2005. № 2. P. 7–15.
27. Solganik G. Y. Introduction to the linguistics of speech [Osnovy lingvistiki rechi]. Moscow, 2010.
28. Sociology of journalism [Sotsiologiya zhurnalistiki]. Moscow, 2004.
29. Chicherina T. V. Media text as a means of the development of media competence of students-linguists [Mediatext kak sredstvo formirovaniya mediagramotnosti u studentov yazykovykh fakul'tetov]. Moscow, 2008.
30. Shmeleva T. V. Media linguistics as media speech studies [Medialingvistika kak mediynoe rechevedenie]. Mediatext kak poliintenatsionalnaya sistema — Media text as a poly-intentional system. Saint-Petersburg, 2012. P. 56–61.
31. Shmeleva T. V. Facturelogy in terms of media linguistics [Facturelogiya v kontexte medialingvistiki]. URL: <http://jf.spbu.ru/medialingvistika/2812/2948.html>.
32. Schelkunova E. S. Publicist text in mass communication system [Publitsisticheskiy text v sisteme massovoy kommunikatsii]. Voronezh, 2004.

УДК 811.161.1'42,
ББК 81.2Р-5 76,
ГРНТИ 16.21.21,
КОД ВАК 10.02.01

Т. В. Чернышова
Барнаул, Россия

**ФИЛОЛОГИЧЕСКОЕ
ИССЛЕДОВАНИЕ
МЕДИАКОММУНИКАЦИИ:
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ
ПРЕДПОСЫЛКИ И МЕТОДЫ
АНАЛИЗА ТЕКСТА И ДИСКУРСА
(РЕТРОСПЕКТИВА)**

В статье рассматриваются направления отечественных и зарубежных филологических исследований, сформировавшие теоретико-методологическую базу изучения медиатекстов; анализируются понятия и категории, формирующие методические основы анализа медиатекстов в русле коммуникативно-дискурсивной исследовательской парадигмы.

Ключевые слова: *медиакоммуникация, дискурс, текст, контекст, метод исследования.*

Чернышова Татьяна Владимировна, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языка, литературы и речевой коммуникации Алтайского государственного университета.
656049, Барнаул, ул. Димитрова, 66. АлтГУ, к. 413-а.
E-mail: labrlexis@mail.ru.

© Чернышова Т. В., 2014

Язык СМИ, ставший в начале XXI в. объектом междисциплинарного исследования [Язык и дискурс... 2011], в последнее время привлекает пристальное внимание отечественных лингвистов, работающих в разных лингвистических парадигмах — теории речевой коммуникации, когнитивной лингвистики, теории дискурса, теории речевого воздействия, лингвоконфликтологии и др., не говоря уже о таких традиционных направлениях лингвистики, как функциональная стилистика и стилистика текста, в центре внимания которых всегда находился этот изменчивый и многоаспектный объект исследования. Основы новых направлений отечественной лингвистики — медиалингвистики и медиастилистики, заложенные в трудах известных отечественных лингвистов: Г. О. Винокура, М. Н. Кожинной, В. Г. Костомарова, Л. М. Майдановой, К. А. Роговой, О. Б. Сиротининой, Г. Я. Солганика и др., развиваются в трудах современных исследователей языка СМИ.

О результатах развития можно судить по итогам нескольких крупных научных событий прошедших лет, среди которых Первая и Вторая международные научные конференции, посвященные актуальным проблемам стилистики: «Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах», организованные кафедрой стилистики факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова (2009, 2012 гг.). Это ставший уже традиционным Международный научно-практический семинар «Речевая коммуникация в средствах массовой информации», организуемый кафедрой речевой коммуникации института «Высшая школа журналистики и массовых

коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета (2012, 2013) [Дускаева 2012; Медиа́текст как полиинтенциональная система 2012; Стилистика как речеведение 2013 и др.]. Об активном развитии нового исследовательского направления в изучении отечественных СМИ свидетельствует и открытие в Санкт-Петербурге сайта «Медиа́лингвистика — XXI век» (<http://medialing.spbu.ru>, главный редактор — зав. кафедрой речевой коммуникации факультета журналистики СПбГУ проф. Л. Р. Дускаева).

Давая характеристику отличительным парадигмальным чертам современной лингвистики, Е. С. Кубрякова называет, наряду с экспансионизмом и антропоцентризмом, функционализм (неофункционализм) «как такой подход в науке, когда центральной ее проблемой становится исследование функций изучаемого объекта, вопрос о его назначении, особенностях его природы в свете выполняемых им задач, его приспособленность к их выполнению и т. д.» [Кубрякова 1995: 218] и экспланаторность как стремление современной лингвистики найти объяснение «и внутренней организации языка, и его отдельным модулям, и архитектонике текстов, и реальному осуществлению дискурса, и порождению и пониманию речи и т. п.» [Там же: 222].

Очевидно, что и филологический анализ в целом, и анализ, направленный на изучения текстов медиакоммуникации в частности, на современном этапе развития науки о языке вбирают в себя несколько составляющих, среди которых: 1) лингвистический анализ, включающий синхронное и диахронное описание языка; 2) филологический анализ в узком смысле, объединяющий разнообразные методы и приемы филологического анализа художественного и публицистического текста в аспекте универсальных категорий и в пространстве функциональных стилей русской речи; с историческим, культурологическим, стилистическим комментированием; с технологией декодирования текста; с анализом, направленным на прочтение текста как содержательной и модальной целостности и на установление интертекстуальных связей (см. об этом: [Жупина, Николина 2011]); 3) риторический анализ — анализ продуктов речевой коммуникации «как взаимодействия людей в знаковой форме, направленного на конструирования человеком собственного мира, мира Другого, мира социума во всех его проявлениях» [Основы общей риторики 2013: 9]; 4) стилистический анализ текста, который, по авторитетному мнению М. Н. Кожиной, высказанному в публикациях в 1970-90-х гг., требует от исследователя как лингвистических знаний, так и учета «ситуации общения и целого ряда экстралингвистических факторов, вплоть до широкого социокультурного контекста, в котором протекает познавательная коммуникативная деятельность (как реализация неречевой деятельности)» [Кожина 2002: 21–22].

Рассмотрим некоторые направления лингвистики, которые, как представляется, определяют становление теоретико-методологической и методической базы исследования текстов современной медиа́лингвистики.

Возможность разного подхода к анализу текста в зависимости от того, является ли предметом наблюдения исследователя грамматическая или коммуникативная составляющие текста (грамматический и речеведительный подходы), представлена в исследовании И. П. Сусова. Согласно мнению исследователя, если в первом случае текст выступает как частный объ-

ект грамматики, предполагающей изучение его как сложного целого, которое строится из множества специально отбираемых и соответственно организованных языковых единиц, при явном предпочтении синтаксиса текста, то коммуникативно-функциональный подход предполагает «изучение текстов со стороны их функционирования, точнее — использования в речевых и — шире — социальных ситуациях» [Сусов 1979: 90–95].

Коммуникативный аспект исследования языка современных СМИ, безусловно, актуален. Современные требования к функционированию языка СМИ вытекают из общих подходов к тексту как цели, продукту и результату речевой коммуникации. Текст рассматривается как продукт речевой деятельности, в ходе которой достигается планируемый адресантом эффект и цель коммуникации. С середины XX столетия изучение текстов «со стороны их использования в социально-речевых ситуациях» все чаще проводится в парадигме анализа дискурса.

Основные подходы в рамках коммуникативного моделирования дискурса связаны главным образом с обобщенным представлением о структуре его концептуальной организации. Она рассматривается в качестве механизма организации наших знаний об окружающем мире, их упорядочения и систематизации, регулирования нашего поведения в определенных ситуациях (в процессе труда, отдыха, игры, ритуала и т. д.), создания социальной ориентации участников коммуникации, функционирования основных компонентов дискурса в адекватной интерпретации информации и поведении людей. Здесь познавательный аспект дискурсивных практик смыкается с прагматическим аспектом, где важную роль играют социальные условия взаимодействия коммуникантов. Социолингвистический и лингвокультурологический аспекты дискурса разрабатываются в исследованиях В. И. Карасика [Карасик 2009].

Представляется, что весомый вклад в развитие коммуникативно-дискурсивного подхода внесли исследования, посвященные разработке проблем прикладной лингвистики (процессуального подхода) и теории речевых актов.

Теория речевых актов, сформулированная в трудах Дж. Л. Остина, Дж. Р. Серля, Г. Г. Кларка и Т. Б. Карлсона, Дж. Аллена и Р. Перро и других [Новое в зарубежной лингвистике 1986] и продолженная в исследованиях современных лингвистов (А. Вежбицка, М. Я. Гловинская, Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев и др.), «уловила и раскрыла какой-то важный аспект речевой деятельности, не получивший в других деятельностных концепциях должного освещения» [Кобозева 1986: 10]. Признание минимальной единицей человеческой коммуникации не языковых выражений, а осуществляемых посредством их действий привело ученых к мысли, что действительным предметом рассмотрения являются не язык и не текст сам по себе, а контекст употребления языка с учетом как предшествующих, так и последующих речевых актов [Павиленис 1986: 380–381]. Например, в современной лингвоэкспертной практике лингвисты-эксперты часто прибегают к моделированию на основе спорных текстов речевых актов оскорбления, угрозы, призыва и т. п. с использованием «семантических примитивов», предложенных А. Вежбицкой [Вежбицка 2007: 68–80], что позволяет достаточно точно определить цель сообщения и авторскую интенцию [Бринев 2013].

Процессуальный подход находит обоснование в трудах специалистов в области прикладной лингвистики 70-х гг. XX в.: У. Чейфа, Ч. Филлмора, Г. Скрэгга, Р. Шенка, М. Лебовица, Л. Бирнбаума, Т. Винограда и др. Так, американский лингвист У. Чейф, выделяя три типа вербализации (т. е. трансформации ситуации внешнего мира в языковой текст), особо подчеркивает необходимость изучения процессов, связанных с оценкой говорящим интеллектуальных и рабочих возможностей адресата в пределах конкретного контекста речи. Важным является указание У. Чейфа на интерпретирующий характер обоих процессов — вербализации и восприятия: «...информация, поступающая через восприятие в сознание, а затем в память, является не точной копией исходного стимула, но его интерпретацией» [Чейф 1983: 40]. Данное обстоятельство отмечает Т. Виноград, указывая, что в ходе понимания совершается некоторый интерпретирующий процесс: «...говорящий может делать выбор определителей на основе заключений о процессах, которые использует слушатель при интерпретации данной фразы, а слушающий может основывать свою интерпретацию на умозаключениях относительно состояния и деятельности говорящего» [Виноград 1983: 151].

Указанные положения процессуального подхода оказываются весьма продуктивными при изучении коммуникативного взаимодействия автора и адресата в сфере массовой коммуникации, которая в современных условиях прежде всего нацелена на установление контакта со «своим» читателем, а особенности этого контакта определяются не столько сходством референциальным (т. е. соответствием концептуальных сущностей говорящего и слушающего одному и тому же объекту реального мира), сколько поиском в тексте общностей атрибутивных употреблений в концептуальных моделях говорящего и слушающего. Главной же проблемой при объяснении явлений, связанных с атрибутивной референцией, сторонники процессуального подхода считают не установление условий их истинности по отношению к внешнему миру, а соответствие «между концептуальными сущностями в умах говорящего и слушающего» [Виноград 1983: 153–154]. Отсюда — особый интерес к таким понятиям, как контекст [Виноград 1983], фокус внимания [Чейф 1983; Виноград 1983, и др.], ожидания, интерес [Шенк, Лебовиц, Бирнбаум 1983, и др.].

Занимаясь разработкой интегральных понимающих систем, ученые приходят к выводу, что процесс и результат восприятия текста во многом обусловлены читательскими ожиданиями и интересом. Особенно это касается чтения газет: «...имея дело с такими средствами информации, как газеты, люди не осуществляют детальной обработки, но все же в состоянии извлечь огромное большинство сведений, интересующих их» [Шенк, Лебовиц, Бирнбаум 1983: 411–412].

С позиций процессуального подхода первостепенное значение также имеет контекст, формулируемый в терминах когнитивных структур (а не языковой текст или ситуация общения), который косвенно, через посредство моделей говорящего и слушающего, включает лингвистический, социальный и прагматический модели контекста [Виноград 1983: 139–157]. Таким образом, для декодирования высказывания, выступающего в виде «упаковки» (У. Чейф), адресату недостаточно только знания о языке, ему не-

обходимы также знания о мире, социальном контексте высказываний, умение извлекать хранящуюся в памяти информацию, планировать и управлять дискурсом и т. д.

Данные представления, направленные на изучение знаний, используемых в ходе языкового общения, начиная с 70-х гг. XX в. составили одно из ведущих направлений когнитивной науки о языке, целью которого является «объяснение механизма обработки естественного языка, построение модели его понимания», а в частные задачи входит изучение целого ряда компонентов «базы знаний» — как языковых (грамматика, употребление языка, принципы речевого общения), так и внеязыковых (контекст и ситуация, общефоновые знания — знания о мире, о событиях, состояниях, действиях и процессах и т. д.), в том числе и знаний об адресате: о его целях и планах, его представлениях о говорящем и об окружающей обстановке и т. п. [Герасимов, Петров 1988: 6–7].

В начале 1970-х гг. возрастает интерес исследователей к социальному контексту функционирования языка, что приводит к использованию данных дискурса и к созданию первых вариантов когнитивной модели понимания — в частности «модели ситуаций», предложенной Т. А. ван Дейком и представляющей собой основной тип репрезентации знаний, в основе которых лежат личностные знания носителей языка, аккумулирующие их личный предшествующий индивидуальный опыт, установки и намерения, чувства и эмоции [Дейк 1989]. Т. ван Дейк и В. Кинч полагали, что восприятие и понимание каких-либо событий, а также связанных текстов, содержащих рассказ о происшествии, происходят в конкретных ситуациях, в рамках широкого социокультурного контекста, причем понимающий располагает тремя видами данных: информацией о самих событиях, информацией о ситуациях или контексте и информацией о когнитивных пресуппозициях [Дейк, Кинч 1988: 158–159]. В прагматические основания модели обработки вводятся намерения и интенции, присущие дискурсу, а слушатель оценивает дискурс с точки зрения его предназначенности для выполнения определенных прагматических функций, т. е. интерпретация значения и функции рассказа о происшествии будут различными в зависимости от ситуационного основания когнитивной обработки дискурса: «В качестве пресуппозиций оно может включать общие нормы и ценности, установки и условности, относящиеся к участникам и возможностям взаимодействия в определенной ситуации» [Дейк, Кинч 1988: 160].

Такие функциональные основания описываемой исследователями когнитивной модели понимания текста позволяют интерпретировать понимание не просто как пассивное конструирование репрезентации языкового объекта, а как часть интерактивного процесса, «в котором слушатель активно интерпретирует действия говорящего» [Дейк, Кинч 1988: 161], пытаясь реконструировать не только предполагаемое значение текста, но и то, которое наиболее релевантно «с точки зрения его интересов и целей» [Там же: 164]. С другой стороны, главную задачу говорящего в рассматриваемом аспекте исследователи видят в том, чтобы создать семантический план текста, «состоящий из элементов общего знания и в особенности из элементов ситуационной модели (включая модель слушающего и его знания, мотивации, прошлые действия и намерения — и коммуникативный контекст)» [Дейк, Кинч 1988: 169].

Исследование факторов адресата и автора публицистического текста издавна является приоритетным направлением отечественной стилистики.

В трудах исследователей французской школы дискурса (П. Серио, Ж. Деррида, М. Фуко и др.), с одной стороны, сформировалось отношение к тексту как продукту, произведенному в неких институциональных рамках, накладывающих ограничения на акты высказывания, «наделенные исторической, социальной, интеллектуальной направленностью» [Квадратура смысла 1999: 27], а с другой — к субъекту высказывания как категории дискурса, ср.: «Говорящий во время акта говорения присваивает себе формы, которыми располагает его родной язык и соотносит эти формы с собственным лицом, определяя самого себя (как „я“) и своего собеседника (как „ты“» [Квадратура смысла 1999: 15], что позволяет говорить о языке не только как о средстве общения и средстве выражения мысли, но и как способе формирования лица. Исходя из этого, языковая (речевая) коммуникация определяется как «следствие основного свойства языка: свойства формирования субъекта высказывания. Это свойство показывает способность говорящего конституироваться как субъект» [Квадратура смысла 1999: 15].

Полагаем, что краткий обзор позволяет сформулировать основные подходы к медиатексту в рамках коммуникативно-дискурсивного исследования. Базовыми единицами анализа с позиций данного подхода выступают три — текст, дискурс и коммуникативный контекст, позволяющие объединить текст и дискурс в единое целое.

1. Текст с позиций коммуникативно-дискурсивного подхода предстает как коммуникативное событие, удовлетворяющее следующим условиям:

а) внутритекстовые критерии (подходы сориентированы на «лингвистику текста»): связность, целостность;

б) внешнетекстовые критерии (подходы сориентированы на дискурс-анализ): интенциональность, приемлемость, информативность как субъективные факторы и ситуационность; интертекстуальность как факторы объективные (Р. де Богранд и В. Дресслер, цит. по: [Тичер, Мейер, Водак 2009: 39–42]).

Подходы к тексту как объекту анализа в целом («текст как текст» и «текст как репрезентация») могут быть представлены следующим образом.

(1) Тексты сами по себе могут быть объектом исследования без установления их связи с объективной реальностью — интересны особенности текста как таковые.

(2) Тексты как высказывания, как компоненты коммуникации, на основе анализа которых формулируются утверждения о группе лиц — авторов этих текстов, т. е. тексты — показатели феноменов, в которых люди выступают носителями определенных качеств. Изучение текстов в указанном аспекте предполагает использование экспериментальных методик исследования. Роль лингвистического эксперимента как инструмента исследования языкового материала обосновывается в трудах Л. В. Щербы, А. М. Пешковского, А. Мустайоки, К. Я. Сигала и др.

(3) Тексты как явная рефлексия в коммуникации, элемент «помощи» и индикатор, который позволяет анализировать коммуникацию (или коммуникативную ситуацию), зафиксированную в данной форме [Тичер, Мейер, Водак 2009: 56].

Таким образом, группы методов, объединенных по принципу отношения к анализу отдельных высказываний как текстов в рамках дискурсивного подхода, можно, вслед за А. Я. Сарна, распределить на три группы в зависимости от того, какой из аспектов текста находится в центре внимания исследователя:

1) **текстуальный подход** сознательно ограничивающий свои исследовательские интересы рамками одного отдельно взятого текста как изолированного, автономного речевого образования; единицы анализа: слово, предложение, фраза, фрагмент текста или весь текст в целом;

2) **интер- или гипертекстуальный подход**, пытающийся выявить и проанализировать смысловые взаимосвязи (цитаты, ссылки, аллюзии, реминисценции) между самыми различными текстами;

3) **контекстуальный подход**, рассматривающий любое высказывание (текст) как продукт деятельности социальных агентов, всегда включенных в социальные взаимодействия и структуры, конкретную политическую и культурно-историческую ситуацию [Сарна 2003].

Очевидно, что коммуникативно-дискурсивная парадигма исследования текстов наиболее тесно соприкасается с группой методов, обслуживающих с позиций контекстуального подхода.

Дискурс с позиций коммуникативно-дискурсивного подхода трактуется как текст в контексте и как событие [Тичер, Мейер, Водак 2009: 48]. Дискурсивные особенности текстов разной стилистической направленности в настоящее время являются объектом изучения большой группы лингвистов как в России, так и за ее пределами. Особое внимание уделяется изучению сферы публичных коммуникаций (М. Н. Володина, Т. Г. Добросклонская, Л. Р. Дускаева, М. Ю. Казак, Н. И. Клушина, В. И. Коньков, Т. И. Краснова, Е. С. Кара-Мурза, Г. Я. Солганик и др.) в широком смысле ее толкования как сферы, которую можно охарактеризовать как «определенное пространство, в котором различные социальные системы, правительство, партии, профсоюзы, масс-медиа ведут общественную дискуссию и могут вступать в определенную оппозицию по отношению друг к другу» [Кривоносов 2002: 21–22]. Например, одно из направлений исследования посвящено описанию когнитивно-речевого взаимодействия коммуникантов в сфере политико-идеологических общественных отношений (сфере массовой коммуникации) в рамках детерминационного подхода и опирается на систему взаимодействующих понятий, организованных по принципу оппозиции, один из членов которой представляет собой «языковляемое» явление внешнего мира. Для описания такого взаимодействия предлагается методика комплексного лингвистического анализа [Чернышова 2005: гл. 3; Печетова 2012, и др.].

Итак, с позиций коммуникативно-дискурсивного подхода актуальными представляются следующие положения.

1. Текст рассматривается как область активного лингвокогнитивного взаимодействия автора и адресата, при котором адресат выступает как активный заинтересованный субъект коммуникации.

2. Основной единицей, способствующей интерпретации смысла текста в рамках коммуникативно-дискурсивного подхода, является коммуникатив-

ный контекст как контекст коммуникативной речевой ситуации, т. е. «опора на частные контексты, вербальные и невербальные для формирования и выражения (равно и восприятия) смысла речи» (В. Я. Мыркин).

3. Изучение дискурса предполагает прежде всего учет экстралингвистических факторов, в перечень которых входят:

а) коммуникативный контекст, в котором интерпретируется воспринимаемый дискурс;

б) субъекты коммуникации (дискурсивные личности);

в) глобальная информация:

— о типе коммуникативной ситуации;

— о свойствах участников коммуникации, их целях и интересах, активизирующих в памяти частные ситуационные модели;

— о жанре речевого сообщения и т. п.

4. Экстралингвистические факторы обуславливают отбор языко-стилевых единиц, соответствующих ситуации общения, характеру речевого поведения, принятого в изучаемой сфере деятельности, коммуникативному заданию говорящего (пишущего) и т. п.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бринев К. И. Справочник по судебной лингвистической экспертизе. М., 2013.
2. Вежбицка А. Речевые жанры в свете теории элементарных смысловых единиц // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. М., 2007. С. 68–80.
3. Виноград Т. К процессуальному пониманию семантики // Новое в зарубежной лингвистике: Прикладная лингвистика. М., 1983. Вып. XII. С. 123–170.
4. Герасимов В. И., Петров В. В. На пути к когнитивной модели языка // Новое в зарубежной лингвистике: Когнитивные аспекты языка. М., 1988. Вып. XXIII. С. 8–12.
5. Дейк Т. А. ван, Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике: Когнитивные аспекты языка. М., 1988. Вып. XXIII. С. 153–211.
6. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: сб. работ. М., 1989.
7. Дускаева Л. Р. Стилистика медиатекста. Избранные статьи 2010–2012 гг. СПб., 2012.
8. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, 2002. С. 270–299, 423–228.
9. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. М., 1999.
10. Кобозева И. М. «Теория речевых актов» как один из вариантов теории речевой деятельности // Новое в зарубежной лингвистике: Теория речевых актов. М., 1986. Вып. XVII. С. 3–12.
11. Кожина М. Н. Стилистические проблемы теории речевой коммуникации // Основы теории речевой деятельности. М., 1974. С. 274–285.
12. Кожина М. Н. Речеведение и функциональная стилистика: вопросы теории: избр. труды. Пермь, 2002.
13. Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб., 2002.
14. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца 20 века. М., 1995. С. 208–227.
15. Купина Н. А., Николина Н. А. Филологический анализ художественного текста: практикум. М., 2011.
16. Медиатекст как полиинтенциональная система: сборник статей. СПб., 2012.
17. Новое в зарубежной лингвистике: Теория речевых актов. М., 1986. Вып. XVII.

18. Павлиленис Р. И. Понимание речи и философия языка // Новое в зарубежной лингвистике: Теория речевых актов. М., 1986. Вып. XVII. С. 381–388.
19. Печетова Н. Ю. Стилеобразующие факторы репрезентации события в региональных газетно-публицистических текстах (на материале газет республики Саха). Дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2012.
20. Сарна А. Я. Анализ дискурса (дискурс-анализ) // Социология: энциклопедия. М., 2003. URL: <http://voluntary.ru/dictionary/568/>.
21. Солганик Г. Я. Основы лингвистики речи: учебное пособие. М., 2010.
22. Стилистика как речеведение. Сборник научных трудов славянских стилистов, посвященный памяти М. Н. Кожинной. М., 2013.
23. Сусов И. П. О двух путях исследования содержания текста // Значение и смысл речевых образований. Калинин, 1979. С. 90–100.
24. Тичер С., Мейер М., Водак Р. и др. Методы анализа текста и дискурса. Харьков, 2009.
25. Чейф У. Память и вербализация прошлого опыта // Новое в зарубежной лингвистике: Прикладная лингвистика. М., 1983. Вып. XII. С. 35–74.
26. Чернышова Т. В. Тексты СМИ в зеркале языкового сознания адресата. Барнаул, 2005.
27. Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке. М., 2011.
28. *Handbook of Discourse Analysis: Discourse Analysis and Dialogue*. London, 1985. Vol. 3.

REFERENCES

1. Brinev K. I. *Handbook of Forensic linguistic expertise [Spravochnik po sudebnoj lingvicheskoj ekspertize]*. Moscow, 2013.
2. Wierzbicka A. Speech genres in the light of the theory of elementary semantic units [Rechevye zhanry v svete teorii jelementarnyh smyslovyh edinic]. *Antologija rechevyh zhanrov: povsednevnaja komunikacija*. — Anthology speech genres for casual communication. Moscow, 2007. P. 68–80.
3. Vinograd T. To understand the procedural semantics [K processual'nomu ponimaniju semantiki]. *Novoe v zarubezhnoj lingvistike: Prikladnaja lingvistika*. — New in Foreign Linguistics: Applied Linguistics. Moscow, 1983. Vol. XII. Pp. 123–170.
4. Gerasimov V. I., Petrov V. V. Towards a cognitive model of language [Na puti k kognitivnoj modeli jazyka]. *Novoe v zarubezhnoj lingvistike: Kognitivnye aspekty jazyka*. — New in foreign linguistics: Cognitive aspects of language. Moscow, 1988. Vol. XXIII. Pp. 8–12.
5. Van Dijk T. A., Kinch B. Strategies understanding connected text [Strategii ponimanija svjaznogo teksta]. *Novoe v zarubezhnoj lingvistike: Kognitivnye aspekty jazyka*. — New in foreign linguistics: Cognitive aspects of language. Moscow, 1988. Vol. XXIII. Pp. 153–211.
6. Van Dijk T. A. *Language. Cognition. Communication [Jazyk. Poznanie. Kommunikacija]*. Moscow, 1989.
7. Duskaeva L. R. Stylistics media text. Selected articles 2010–2012 gg. [Stilistika mediateksta. Izbrannye stat'i 2010–2012 gg.]. St. Petersburg, 2012.
8. Karasik V. I. Linguistic Circle: personality, concepts, discourse [Jazykovej krug: lichnost', koncepty, diskurs]. Volgograd, 2002. Pp. 270–299, 423–228.
9. Area sense: French school of discourse analysis. [Kvadratura smysla: Francuzskaja shkola analiza diskursa]. Moscow, 1999.
10. Kobozeva I. M. "Theory of speech acts" as one of the variants of the theory of speech activity [«Teorija rechevyh aktov» kak odin iz variantov teorii rechevoj dejatel'nosti]. *Novoe v zarubezhnoj lingvistike: Teorija rechevyh aktov*. — New in foreign linguistics: Theory of speech acts. Moscow, 1986. Vol. XVII. Pp. 3–12.
11. Kozhina M. N. Stylistic problems in the theory of speech communication [Stilisticheskie problemy teorii rechevoj kommunikacii]. *Osnovy teorii rechevoj dejatel'nosti*. — Fundamentals of the theory of speech activity. Moscow, 1974. Pp. 274–285.

12. Kozhina M. N. Rechevedenie and functional stylistics [Rechevedenie i funkcional'naja stilistika: voprosy teorii]. Perm, 2002.

13. Krivonosov A. D. PR-text in the system of public communications. [PR-tekst v sisteme publicnyh kommunikacij]. St.-Petersburg, 2002.

14. Kubryakova E. S. Evolution of linguistic ideas in the second half of the XX century (the experience of paradigmatic analysis) [Jevoljucija lingvisticheskikh idej vo vtoroj polovine XX veka (opyt paradigmatal'nogo analiza)]. Jazyk i nauka konca 20 veka. — Language and science of the late 20th century. Moscow, 1995. Pp. 208-227.

15. Kupina N. A., Nikolina N. A. Philological analysis of literary text [Filologicheskij analiz hudozhestvennogo teksta: praktikum]. Moscow, 2011.

16. Mediatext as poliyntentsionalnaya system: a collection of articles [Mediatekst kak poli-intencional'naja sistema]. St.-Petersburg, 2012.

17. New in foreign linguistics: theory of speech acts [Novoe v zarubezhnoj lingvistike: Teorija rechevyh aktov]. Moscow, 1986. Vol. XVII.

18. Pavilenis R. I. Understanding speech and language philosophy [Ponimanie rechi i filosofija jazyka]. Novoe v zarubezhnoj lingvistike: Teorija rechevyh aktov. — New in foreign linguistics: theory of speech acts. Moscow, 1986. Vol. XVII. Pp. 381-388.

19. Pechetova N. Y. Stylistic factors of representation events in regional newspapers and journalistic texts (on the basis of newspapers of the Sakha) [Stileobrazujushhie faktory reprezentacii sobytija v regional'nyh gazetno-publicisticheskikh tekstah (na materiale gazet respubliki Saha)]. Diss. ... kand. filol. nauk]. Barnaul, 2012.

20. Sarna A. Y. Discourse Analysis (Discourse Analysis) [Analiz diskursa (diskurs-analiz)]. Sociologija: jenciklopedija. — Social Science: Encyclopedia. Moscow, 2003. URL: <http://voluntary.ru/dictionary/568/>

21. Solganik G. Ya. Basics linguistics speech tutorial [Osnovy lingvistiki rechi: uchebnoe posobie]. Moscow, 2010.

22. Stylistics as rechevedenie [Stilistika kak rechevedenie]. Collection of scientific works of Slavic stylists commemoration M. N. Kozhina. Moscow, 2013.

23. Susov I. P. On two ways of research content of the text [O dvuh putjah issledovanija sodержaniya teksta]. Znachenie i smysl rechevyh obrazovanij. — The value and meaning of speech formations. Kalinin, 1979. Pp. 90-100.

24. Tischer S., Meyer, R. Wodak and other. Methods of text analysis and discourse [Metody analiza teksta i diskursa]. Kharkiv, 2009.

25. Chafe W. Memory and verbalization of past experience [Pamjat' i verbalizacija proshlogo opyta]. Novoe v zarubezhnoj lingvistike: Prikladnaja lingvistika. — New in Foreign Linguistics: Applied Linguistics. Moscow, 1983. Vol. XII. Pp. 35-74.

26. Chernyshova T. V. Media Texts in the mirror linguistic consciousness of the addressee [Teksty SMI v zerkale jazykovogo soznaniya adresata]. Barnaul, 2005.

27. Language and discourse of the media in the XXI century [Jazyk i diskurs sredstv massovoj informacii v XXI veke]. Moscow, 2011.

28. Handbook of Discourse Analysis: Discourse Analysis and Dialogue. London, 1985. Vol. 3.

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ
ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ В МАССМЕДИА**
.....

УДК 81'367.3
ББК 81.411.2,
ГРНТИ 16.21.33,
КОД ВАК 10.02.19

М. И. Конюшкевич
Гродно, Республика Беларусь

КОНЦОВКА ГАЗЕТНОГО ТЕКСТА. СТАТЬЯ ПЕРВАЯ. ЯЗЫК И РЕЧЬ

В статье рассматривается корреляция концепта «конец» и концовки газетного текста. На материале концовок аналитических газетных текстов показываются языковые признаки концовки — повторяемость, исчисленность, маркированность.

Ключевые слова: *конец, концовка, предложение, текст, газетный текст.*

.....
Конюшкевич Мария Иосифовна, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики Гродненского государственного университета имени Янки Купалы.
Беларусь, 230023, Гродно, ул. Ожешко, 22, ГрГУ, к. 319.
E-mail: marikon9@mail.ru

© Конюшкевич М. И., 2014

Семантика конца носит сложный характер уже хотя бы потому, что «общность этимологии (индоевропейский корень *ken- — М. К.) свидетельствует о первичности одного нерасчлененного понятия — «конца-начала» или «концов» [Арутюнова 2002: 4]. Поэтому концепт «конец», как правило, требует рассмотрения в сопряжении с его антонимом «начало», что и осуществлено в коллективной монографии, представившей взгляды ведущих российских лингвистов, входящих в проблемную группу «Логический анализ языка» под руководством Н. Д. Арутюновой [Логический анализ... 2002].

Поскольку *концовка* является дериватом слова *конец*, то в соответствии с нашим объектом — концовкой газетного текста — мы остановимся на некоторых положениях в данной книге, имеющих отношение к семантике концепта «конец».

Конец — это и завершение чего-либо (что отражено в категории аспектуальности), и результат целенаправленной деятельности, и следствие (у которого может быть причина и которое может не подлежать контролю со стороны субъекта) [Богуславская, Левонтина 2002: 37], и финиш движения (*войти*), и итог (*в конечном итоге*), и полный охват чего-либо (*всё и вся*). Идея результата, по мнению авторов указанной статьи, отражена в четырех видах метафор: 1) органической (*плод цивилизации, плоды просвещения*); 2) динамической (*выход продукции, исход дела*); 3) акциональной (*действие лекарства*); 4) счетной (*итога, в итоге*).

Все составляющие конца, в единстве или выборочно, эксплицитно или имплицитно, находят свое воплощение в концовках газетных текстов в соответствии с темой текста. Кон-

цовка газетного текста меньше всего эксплицирует идею конца как результата, иначе газета не могла бы выполнять одной из своих важнейших функций — информировать, воздействовать и менять жизнь к лучшему. Поэтому в содержательном плане концовка в газетном тексте не подводит итог, а намечает векторы будущего.

В. Г. Гак видит в семантике конца две оси координат — временную (*конец*) и пространственную (*край*) [Гак 2002: 50], но эти два вроде бы разных основных аспекта мира объединило движение в широком смысле, которое «способствует созданию синтетических — темпорально-пространственных — моделей, наиболее адекватно воспроизводящих образ мира» [Арутюнова 2002: 9]. Более того, в динамическом мире адекватность этих моделей миру обеспечивается событием: «Начало и конец пути человека мыслимы в терминах места, времени и событий, в них происходящих» [Арутюнова 2002: 9].

В. Г. Гак терминативные слова конца разделил на две группы — общие (*кончить*, *завершить* и др.) и специальные, а внутри общего понятия «конец» он выделил несколько «основных оппозиций», которые мы видим и в концовках газетных текстов: 1) причины конца (исчерпано время, достигнута цель, исчерпан сам предмет); 2) интенция / спонтанность; актив / пассив; 3) качественная оценка (положительность результата; резкость действия; совершенство); 4) конец и линия движения (временной конец, движение к концу, завершающий этап, смерть, бесконечность, появление нового: «Конец войны означает мир») [Гак 2002: 55]. Как пишет Н. Д. Арутюнова, «в темпоральном контексте значение границы или точки синкретично: оно как бы одновременно входит в разные „наполнители“ времени: *замолчать* значит „перестать говорить и начать молчать“» [Арутюнова 2002: 6].

В газетном тексте событие играет первостепенную роль в модели образа мира: ему подчиняются и пространственные, и временные характеристики текста. А синкретизм «наполнения» времени — конец одного означает начало другого — явственнее всего наблюдается в газетных концовках, причем первая сторона явления (*конец*) в концовке чаще всего в силу ее ретроспективности имплицитна (или дейктична), поскольку она уже отражена в содержательно-фактуальной информации всего текста, а вторая (*начало*) в силу ее проспективности доминирует как футуральный вектор, например, концовка текста о подростковом алкоголизме (стрелки указывают ретро- и проспективность концовки): *И ← тут нужен комплекс мер. → От переноса вино-водочных отделов в дальний угол магазинов, чтобы дети уже при входе не утыкались в ряды бутылок, до развития массового спорта* (Ю. Василишина. Заберите у подростка стакан, «Советская Белоруссия», 23.01.2014).

Наблюдая над эволюцией глаголов движения в истории русского языка, И. И. Макеева пришла к выводу о том, что в идее движения «изменения коснулись также субъектов, среди которых сократился круг собственно предметов и увеличилось количество слов, обозначающих чувства и состояния человека» [Макеева 2002: 93]. Если рассматривать движение в расширительном смысле, то в газетных концовках оно, во-первых, действительно сопряжено с чувствами и состоянием человека, во-вторых, носит долженствовательный и футуральный характер. Например:

Текст о слабой поддержке науки и образования в Республике Беларусь. Концовка: *Не пора ли и нам вспомнить и возродить еще не позабытое старое, но на качественно новом уровне? А то как-то неудобно, когда в стране, где производят МАЗы, БелАЗы и запускают спутники, самые низкие оценки на ЦТ выпускники получают по физике и математике* (А. Сюзьжина. Наша интеллектуальная собственность. «Советская Белоруссия», 23.01.2014).

Таким образом, многие из свойств концепта «конец» применимы к концовке газетного текста, что свидетельствует о возможности лингвистического, а не только содержательного рассмотрения концовки как структурной части текста.

Мы опускаем здесь подробное рассмотрение словарных дефиниций значения слова *концовка*: любой пользователь найдет в Интернете не только их, но и их эволюцию в развитии литературы и издательского дела. В сегодняшнем понимании термин «концовка» применим к любому произведению, независимо от семиотической системы, в которой создано произведение. Однако это не означает, что объем и границы понятия «концовка» четко очерчены. Сравним несколько толкований понятия «концовка текста» (КТ).

(1) Концовка — это «заключительная часть текста, реализующая в совокупности с зачином такой категориальный (т. е. существенный и, следовательно, обязательный) признак текста, как отдельность. В соответствии с задачами автора и содержанием текста КТ реализуется в одной из следующих функций: подытоживание (перечисление основных вопросов, затронутых в тексте, или этапов рассуждения в процессе осмысления предмета обсуждения, тем и подтем текста), обобщение, общая оценка предмета обсуждения, или в таких видах, как ответ на заключительный вопрос, проблемный вопрос, прогноз, пожелания, призывы и некоторые другие» [Педагогическое речеведение 1998].

(2) Концовка текста — «заключительная часть какого-л. сочинения, произведения. *Концовка романа. Концовка стихотворения. Все никак не давалась концовка первого действия пьесы.* Конецкий. „Две осени“» [Словарь русского языка 1982: 97].

(3) Концовка текста — «заключительный компонент литературного произведения или какой-либо его части. Типы концовок многочисленны: эпилог, мораль (в басне), клаузула (в стихе), кода (в стихотворных произведениях)» [Большой энциклопедический словарь].

Как видим, дефиниции различаются уже родовыми признаками («заключительная часть текста» и «компонент текста» не одно и то же) и тем более — видами текста, имеющего концовку: «текст» (1), «сочинение», «произведение», «роман», «стихотворение», «первое действие пьесы» (2), «компонент литературного произведения или какой-либо его части», а также «басня», «стих», «стихотворное произведение» (3). Отметим также, что перечисление функций концовки в дефиниции (1) перекликается с «опозициями», установленными В. Г. Гаком в концепте «конец».

Однако различия в дефинициях вызывают и вопросы. Например, входит ли эпилог в концовку или концовка есть и в тексте, и в эпилоге? Ведь подытоживание и обобщение имеют место и в финале основного текста, и в финальной части эпилога (послесловия, заключения), поскольку последние могут иметь объем в несколько страниц и десятки абзацев.

Вопрос не праздный, ибо он сопрягает понятие концовки с другими смежными понятиями — отдельности (неизвестна мера этой отдельности, ведь отдельными являются и СФЕ, и высказывания, и цитаты), автосемантии (но автосемантическими являются также цитаты, сентенции, отступления, рисунки, фотографии), членимости (ведь и сама концовка может быть членимой), композиции (в какой структурной части текста и в каком порядке подается самая важная информация), завершенности (каждая ли концовка действительно завершает текст), проспекции и ретроспекции текста.

И. Р. Гальперин определяет послесловие (заключение, эпилог) «как часть текста, имеющую предизицирующую функцию. Содержательно-концептуальная информация находит здесь свое эксплицитное выражение. Послесловие призвано дать эту информацию в сжатом виде. Оно имеет функцию интеграции всего текста и, будучи связано со смыслом названия, является одной из конкретных форм завершенности, открывая тем не менее путь для развертывания общей идейной направленности сюжетной линии, с иной содержательно-концептуальной информацией, с иным названием» [Гальперин 1981: 62–63]. И далее: «С точки зрения ретроспекции как вида текста заслуживает внимания послесловие (заключение, эпилог). Векторная направленность его очевидна. Внимание читателя фокусируется на основных эпизодах, событиях, фактах, изложенных в основном тексте, т.е. на той содержательно-фактуальной информации, из которой кристаллизуется содержательно-концептуальная» [Гальперин 1981: 111].

Исходя из приведенных цитат, к уже перечисленным признакам понятия «концовка текста» нужно добавить и такие существенные признаки, как ‘содержательно-концептуальная информация’, ‘функция предикации’ (перечисленные в [Педагогическое речеведение 1998] другие функции поглощаются ею), ‘ретроспективный вектор’, ‘интеграция содержательно-фактуальной информации’, ‘завершенность’.

В итоге, объединив все вышеназванные признаки и не претендуя на исчерпанность дефиниции, мы можем определить концовку как выраженную заключительную часть текста, которая, будучи ретроспективно направлена на всю содержательно-фактуальную информацию текста, предизицирует ее и преобразует в содержательно-концептуальную, завершая текст и открывая путь к порождению новой информации. И с этой, функциональной, точки зрения совершенно неважно, каков объем этой заключительной части — десяток страниц или один абзац, представленный даже одним словом.

Но с формальной точки зрения возникает вопрос о статусе концовки — это компонент текста или единица текста? Если рассматривать концовку в виде Эпилога, Заключения, Послесловия, Вывода(ов), Морали (пишем с прописной буквы для подчеркивания их относительной жанровой автономности), то их статус можно определить как жанрово-стилевой компонент текста: для басни это Мораль, для научной статьи — Вывод(ы), для квалификационной научной работы — Заключение и т. д.

Если же концовка в письменном тексте формально не выражена и не привязана к жанру и стилю текста, при этом ограничена одним-двумя абзацами или одним предложением, или даже словом, то автономность данного компо-

нента крайне ограничена, а сам компонент приближается к статусу элементарной конструктивной текстовой единицы.

Вопрос о минимальной единице текста имеет обширную литературу. Не ставя перед собой задачу ее обзора, ограничимся лишь кратким перечислением терминов (без приведения в библиографическом списке работ отдельных персоналий, придерживающихся данной терминологии), которыми называется минимальная единица текста: предложение; высказывание, текст (Г. В. Колшанский), сложное синтаксическое целое (Н. С. Поспелов), микро-текст (О. В. Москальская), прозаическая строфа (Г. Я. Солганик), информационный блок (И. П. Кудреватых), лексия (Р. Барт), сверхфразовое единство (И. Р. Гальперин), межфразовое единство (Н. С. Валгина), текстема (А. А. Селиванова). Очевидно, что по ряду параметров концовка может быть приравнена к СФЕ, микротексту, информационному блоку, ССЦ, межфразовому единству.

Вероятно, назрела необходимость в инвентаризации таких единиц, в обобщении наблюдений над ними, в упорядочении их иерархии и/или исключении синонимичных терминов по отношению к одинаковому содержанию обозначаемых ими понятий, что позволит дальше продвинуться по линии разграничения языкового и речевого в тексте.

Возможно, было бы более целесообразным различать минимальные структурные единицы текста и минимальные функциональные единицы текста: первые отражают языковую сторону текста, вторые — речевую. Существенный шаг в этом направлении видится во введении в научный оборот понятия диктемы с ее «интегративно-текстовым назначением выражать определенную тему» [Блох 2000: 62], а также в выявлении различных информационных пластов (в терминологии автора указанной статьи — «рубрик», которых он выделил 12) в общем информационном комплексе диктемы [Блох 2000: 63]. В исследованиях концовки при разграничении ее собственно языковых и речевых характеристик тоже требуется учет того или иного типа информации.

В последние десятилетия исследовательское внимание ученых привлекают концовки (наряду с зачином или без него) в основном художественных произведений [Антонов 2001; Каргашин 2002; Томас 1990; Шамраенко] и преимущественно на иностранных языках [Безрукова 1987; Варенина 1998; Винокурова 2004; Гришина 1983; Мамаева 1981; Тарасов 1990; Черепанова 2008]. При этом в рассмотрении концовки учитываются прежде всего воздействующая сила и специфика поэтического стиля — фоника (звуковые повторы), строфика (рефрены), композиция (параллель к зачину), фабула (развязка), особенности жанра и стиля художественного произведения и др.

В одном из диссертационных исследований, посвященных структурным отрезкам литературного произведения, отмечается, что «структурно-семантическую организацию заключения литературного произведения целесообразно рассматривать через призму понятия элементарной конструкционной текстовой единицы — диктемы — в силу присущих ей характеристик. Заключение формируется диктемами, как и текст в целом, через такие выявляющиеся в ней аспекты речи, как номинация, предикация, тематизация и стилизация; ведущую роль при решении проблемы делимитации заключительного сегмента текста большой формы играет функционально-семантический критерий» [Черепанова 2008].

Автор указанной диссертации считает, что «базовым критерием для выделения типов заключений является объем информации, передаваемой ими. При этом приемы завершения произведений постоянно обновляются и преобразуются, но не теряют своей основной типологической характеристики — содержательной (информационной) наполняемости» [Черепанова 2008] (выделено нами. — М. К.).

Как видим, ключевым критерием для выделения концовки текста является информация, только у И. Р. Гальперина это содержательно-концептуальная информация, а в вышеприведенной работе — объем информации, что свидетельствует о принципиальных различиях в понимании авторами концовки текста. Видимо, в выборе между качеством информации и ее количеством предпочтение следует отдать все-таки первому. И другие исследования подтверждают это.

Если по классическим канонам кульминация события находится в середине, а зачин (завязка) и конец (развязка) обрамляют событие, то в современной коммуникации, включая и художественные произведения, содержательная структура текста и порядок следования ее компонентов существенно меняются в силу многих факторов — интенции автора, семантики сообщения, канала передачи, фактора адресата. Замечено, что «расположение самой важной информации в конце текста предпочтительнее для благожелательного и заинтересованного читателя (слушателя), для которого достаточно небольшого стимула, чтобы заставить прочитать текст или дослушать речь до конца, где он ожидает наиболее веских аргументов» [Тарасов 1990: 11–12].

В то же время незаинтересованный или нейтральный адресат прежде всего обратит внимание на информацию, расположенную в начале текста. Поэтому в расчете на такого реципиента самую важную информацию (в терминологии Е. Ф. Тарасова — антикульминацию) лучше разместить в начале текста, причем «кульминация и антикульминация опираются на психологические закономерности восприятия, которые действуют всегда, независимо от логического способа построения аргументов» [Тарасов 1990: 11–12]. Видимо, здесь требуется оговорка: подача важной информации зависит и от жанра текста, во всяком случае, газетного. Едва ли в информационной заметке с ее «перевернутой пирамидой» самая важная информация должна подаваться в конце, каким бы ни был заинтересованным предполагаемый читатель.

Классификация концовок газетного текста представлена А. В. Колесниченко, который выделяет 9 типов концовок газетного текста: «хронологическая концовка — это завершение истории, футуристическая — взгляд в будущее, поэтическая — символ, порождающий инсайт, концовка-вывод — умозаключение журналиста, концовка-разгадка — раскрытие секрета. Завершение круга — это перепредставление в конце статьи того, что было в начале, концовка-«галстук» — привязка окончания к какому-то элементу внутри статьи, концовка-мобилизация — призыв к читателям что-то сделать, концовка Шваба — завершение статьи самым неожиданным образом» [Колесниченко 2008].

При достаточной четкости отличительных признаков каждой из групп концовок (напоминающих «рубрики» информации М. Я. Блоха), объединить их каким-то единым основанием классификации сложно. Если соотнести

данную классификацию с компонентами дефиниции концовки, то можно заметить разноплановость ее критериев: почти для каждой из разновидностей концовки имеется отдельный критерий, что, конечно, не может служить таксономическим основанием.

Например, выделение в отдельный класс хронологической концовки обусловливает завершенность текста, футуристической — ориентация на последующую концептуальную информацию, поэтической — внимание к особенностям кода сообщения. Концовка-вывод определяется интегрирующей функцией, концовка-мобилизация обусловлена модальностью автора, концовка-галстук, концовка-разгадка и завершение круга — композиционно-содержательным критерием, а концовка Шваба обусловлена креативностью и фантазией автора текста и тем самым приближается к концовкам современных художественных текстов, в которых последовательность событий, начало и конец развития сюжета могут быть переплетены самым причудливым образом.

По мнению Н. Д. Арутюновой, «отказ от утвердившихся для разных жанров норм начала и конца стал художественным приемом, причем возникла проблема сохранения целостности литературного произведения <...> отсутствие „всеразрешающего“ конца может быть воспринято как знак неснятого выбора, принципиальной множественности решения этических проблем или неопределенности, неокончателности и нецелостности форм жизни и человеческих типов» [Арутюнова 2002: 15].

Н. Д. Арутюнова отмечает внешнюю (развязка исключена) и внутреннюю (выбор не сделан) незавершенность художественного текста, причем «внутренняя неокончателность может быть знаком утраты целостности современным миром и современным человеком» [Арутюнова 2002: 15].

При всем стремлении к самореализации автора любого текста, интенция автора художественного текста и журналиста различны. Интенция автора художественного текста — это поиск образного кода, адекватного образу мира. Она обращена к индивиду: я вижу мир таким и показываю его тебе. Интенция журналиста — сообщая, изменять мир. Она обращена к социуму. Газетный текст, особенно аналитического жанра, по определению не должен грешить внутренней незавершенностью, иначе он не выполняет важнейших функций — формировать мнение и побуждать к изменению положения дел в мире.

То, что концовка текста, и в частности газетного, поддается систематизации, не вызывает сомнения, поскольку текст представляет собой единицу с константными признаками — синтагматикой и парадигматикой, синтаксичностью, специализированностью средств связи, системностью, иерархизированностью и взаимообусловленностью элементов и др. И по этим свойствам он принадлежит языку. Экстралингвистические факторы — автора, адресата и действительности, а также широкая вариативность конкретных реализаций обеспечивают неповторимость каждого текста и делают его единицей речи, но не настолько, чтобы сквозь дискурсивную индивидуальность не просвечивали общие признаки текста и чтобы во множестве вариантов нельзя было бы увидеть инвариантность.

Будучи речевой единицей, текст тем не менее обладает энным количеством признаков, общих для любого текста, будь то резолюция руководителя на заявлении подчиненного или многотомный роман. Иначе говоря, текст,

с одной стороны, может рассматриваться как абстрактная «эмическая» единица, подобно другим «эмическим» единицам языка — фонеме, морфеме, лексеме и т. д., и, с другой, — как «этическая» единица, представляющая конкретное высказывание (понимаемое в широком смысле), подобно тому, как фонема реализуется фоном, морфема — морфом, лексема — лексом и т. д. «Эмичность» текста позволяет абстрагироваться от частных свойств конкретного текста, а его «этичность» — свидетельствовать о неповторимости любого текста, при сохранении каждым частным текстом свойств, общих для всех текстов. Эта двуплановость текста как суперзнака со своими означаемым и означающим позволяет типологизировать всё разно- и многообразие существующих текстов. (Примечание: Термин «этическая единица» не мотивирован словом «этика». В лингвистике «эмические» и «этические» термины противопоставлены как классы абстрактных единиц (с суффиксом *-ем*) и виды их конкретных реализаций, т. е. как алгебраическая и арифметическая величины).

При этом типологизация не исчерпывается только самими текстами. Ее можно обнаружить и в пределах одного типа, даже одного жанра текста, т. е. выделить в нем некие «эмические» элементы, обладающие, общими свойствами, с одной стороны, и получающие в каждом конкретном тексте свою специфическую реализацию, с другой.

Таковыми элементами могут быть структурно-содержательные элементы текста типа зачина, развертывания темы, иллюстрирования, аргументации, кульминационных моментов, концовки и др. Концовка аналитического газетного текста в силу ее яркой эксплицитности на фоне всего текста представляет собой удобный объект для наблюдения и представления знаковых свойств «эмичности» и «этичности».

Для наблюдения нами были избраны аналитические тексты, извлеченные сплошной выборкой из газеты «Советская Белоруссия», или иначе «СБ. Беларусь Сегодня» (учредители — Администрация Президента Республики Беларусь и Редакционный совет). В основном (для большей валидности) взяты тексты, публикуемые в соответствующих рубриках («Мнения», «Сдувая пыль с истории», «Спор-площадка» и др.), что делает их однородными (объем выборки составляет около 400 текстов).

Уже во время сбора материала отчетливо выявились свойства, общие для всех извлеченных текстов и наводящие на выводы, известные многим пишущим.

1. Четкую концовку имеет каждый аналитический газетный текст.
2. Как правило, она содержится в последних (1–5) предложениях, равных одному–трем абзацам.
3. Концовка почти всегда коррелирует с заголовочным комплексом текста.
4. В концовке всегда проявляется авторский модус.
5. Фактор адресата проявляется в концовке ярче.
6. В оформлении концовки могут использоваться специализированные средства из разных подсистем языка.
7. Как правило, в концовках совмещаются несколько видов специализированных языковых средств.

Можно с большой долей вероятности утверждать, что названные свойства формируют «эмичность» концовки как особого структурно-содержательного

компонента газетного текста (по крайней мере, применительно к аналитическим жанрам).

Еще одно свойство концовки, определяющее ее «эмичность», как нам представляется, не отмечено исследователями. А именно: несмотря на специфику содержания текста, особенности темы, способы конкретных реализаций идиостиля и модуса автора, концовки текста поддаются исчислению.

Данное свойство концовки газетного текста представляется достаточно объективным и диагностичным, поскольку основанием для подобного утверждения служат несколько критериев. Во-первых, одинаковые способы реализации концовки повторяются у разных авторов. Во-вторых, даже на таком немногочисленном материале наблюдается относительная (абсолют невозможен в любом объекте) исчерпываемость этих способов: из всего массива проанализированных нами текстов выявлены свыше 30 способов реализации концовки текста. В-третьих, признаки, характеризующие концовку текста, носят разноуровневый характер, что делает ее не одноплоскостным, а стереоскопическим объектом. Именно такая стереоскопичность наполняет и концепт «конец» в упоминаемой выше монографии [Логический анализ 2002].

Из этого вытекает, что применение единого основания для классификации концовок неприемлемо (во всяком случае, на уровне сегодняшнего нашего знания о них). Но использование нескольких оснований в пошаговой последовательности дает некоторые результаты.

Одним из веских признаков, как говорилось выше, является выраженность концовки, т. е. не только ее позиция в конце текста, но и наличие специализированных языковых средств, маркирующих эту часть текста. Следовательно, основанием первого уровня классификации является маркированность/немаркированность концовки.

Основанием второго уровня является принадлежность концевочного высказывания к тому или иному речевому жанру. При этом вопрос, какому из оснований — языковой маркированности или речежанровому признаку — отдать первый уровень классификации, является важным в методологическом отношении. Для лингвиста более существенным представляется установление инвентаря маркеров концовки, для журналиста, наоборот, на первый план выступает коммуникативная интенция и лишь затем поиск наиболее точного средства для ее выражения. Наш выбор продиктован лингвистическими предпочтениями, т.е. убеждением, что коммуникативная интенция заложена в синтаксической конструкции и ее структуре, а потому поддается наблюдению.

По языковому критерию все проанализированные концовки делятся на две группы: а) имеющие специализированные средства (маркированные концовки) и б) не имеющие таковых (немаркированные). Примерное (в силу сложности некоторых концовок) соотношение маркированных и немаркированных концовок в нашем материале составило 86% : 14%.

В качестве маркеров концовок выступают разноуровневые языковые средства — нормативные синтаксические структуры (простые и сложные предложения, предложения с чужой речью), средства экспрессивного синтаксиса (повторы, вопросно-ответная форма, парцелляция и др.), речезыкетные фор-

мулы, специализированная строевая лексика (смыслоорганизующие средства, модальные слова, анафорические и указательные слова, текстообразующие союзы и др.). Подробное рассмотрение маркеров концовки газетного текста — предмет второй статьи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антонов Д. Концовки волшебных сказок: попытка прочтения. URL: <http://www.gnozis.info/?q=book/export/html/4870>.
2. Арутюнова Н. Д. В целом о целом. Время и пространство в концептуализации действительности // Логический анализ языка. Семантика начала и конца. М., 2002. С. 3–18.
3. Безрукова А. В. Трихотомия: название, начало и конец текста (на материале английской литературной сказки) // Художественный текст. Структура и семантика. Красноярск, 1987. С. 35–40.
4. Блох М. Я. Диктема в уровневой структуре языка // Вопросы языкознания. М., 2000. № 4. С. 56–67.
5. Богуславская О. Ю., Левонтина И. Б. Подведение итогов в русском языке // Логический анализ языка. Семантика начала и конца. М., 2002. С. 36–49.
6. Большой энциклопедический словарь. URL: http://enc-dic.com/enc_big/Koncovka-28611.html.
7. Варенина Л. П. Логико-семантическая и риторическая организация текста (на материале англоязычного короткого рассказа детективного жанра): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1998.
8. Винокурова И. Ж. Лингвостилистические аспекты соотношения зачина и концовки в художественном тексте (на материале англоязычных коротких рассказов): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2004.
9. Гак В. Г. Семантическое поле конца // Логический анализ языка. Семантика начала и конца. М., 2002. С. 50–55.
10. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981.
11. Гришина О. Н. Соотношение повествования, описания и рассуждения в художественном тексте (на материале англо-американской прозы XX в.): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 1983.
12. Золотова Г. А., Онипенко Н. К., Сидорова М. Ю. Коммуникативная грамматика русского языка. М., 1998.
13. Каргашин И. А. Начало и конец лирического текста // Логический анализ языка. Семантика начала и конца. М., 2002. С. 426–436.
14. Колесниченко А. В. Практическая журналистика. М., 2008. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.html>.
15. Лебедева Л. Б. Конец — обращение к началу: завершение опыта // Логический анализ языка: Семантика начала и конца. М., 2002. С. 437–442.
16. Логический анализ языка. Семантика начала и конца. М., 2002.
17. Макеева И. И. Семантика 'конца' у глаголов движения // Логический анализ языка. Семантика начала и конца. М., 2002. С. 83–95.
18. Мамаева Н. Л. Абзац в функционально-стилистическом аспекте на материале английского языка: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 1981.
19. Педагогическое речеvedение. Словарь-справочник. М., 1998. URL: http://slovarion-line.ru/pedagogicheskoe_rechevedenie/page/kontsovka_teksta.1
20. Словарь русского языка: В 4 т. М., 1981.
21. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М., 1990. С. 3–14.

22. Тикунова С. Г. Взаимодействие структурных и содержательных характеристик художественного текста и его заглавия (на материале английского языка): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2005.

23. Томас А. О. Пространственно-временная информативность начальных и заключительных абзацев художественного прозаического текста: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Одесса, 1987.

24. Черепанова Е. Ю. Заключение литературного произведения большой формы как строевой элемент текста (на материале англоязычной прозы 18-21 веков): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Тула, 2008. URL: <http://www.dissercat.com/search?keys=>

25. Шамраенко Е. Н. Логико-семантическая связь как тип связи между началом и концовкой текста URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/21418/98-Shamraenko.pdf?sequence=1>.

REFERENCES

1. Antonov D. *Fairy tales endings: an attempt to read* [Koncovki volshebnyh skazok: popytka prochtenija]. URL: <http://www.gnozis.info/?q=book/export/html/4870>

2. Arutyunova N. D. *On the whole of the whole. Time and space in the conceptualization of reality* [V celom o celom. Vremja i prostranstvo v konceptualizacii dejstvitel'nosti]. Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca — *Logical analysis of Language. The semantics of start and end*. Moscow, 2002. Pp. 3–18.

3. Bezrukova A. B. *Trichotomy: name, start and end of the text (based on the English literary fairy tale)* [Trihotomija: nazvanie, nachalo i konec teksta (na materiale anglijskoj literaturnoj skazki)]. Hudozhestvennyj tekst. Struktura i semantika — *Artistic text. Structure and semantics*. Krasnoyarsk, 1987. Pp. 35–40.

4. Bloch M. J. *Dicteme in the tiered structure of language* [Diktema v urovnevoj strukture jazyka]. Voprosy jazykoznanija — *Problems of Linguistics*. Moscow, 2000. Vol. 4. Pp. 56–67.

5. Boguslavskaja O., Lewontina I. B. *Summing-up in the Russian language* [Podvedenie itogov v russkom jazyke]. Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca — *Logical analysis of Language. The semantics of start and end*. Moscow, 2002. Pp. 36–49.

6. *Great Encyclopedic Dictionary* [Bol'shoj jenciklopedicheskij slovar']. URL: http://enc-dic.com/enc_big/Koncovka-28611.html.

7. Varenina L. P. *The logical-semantic and rhetorical organization of the text (based on the English version of the short story of the detective genre)* [Logiko-semanticheskaja i ritoricheskaja organizacija teksta (na materiale anglojazychnogo korotkogo rasskaza detektivnogo zhanra): Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk]. Moscow, 1998.

8. Vinokourova I. Zh. *The linguo-stylistic aspects of beginning and ending correlation in the literary text (on the material of English short stories)* [Lingvostilisticheskie aspekty sootnoshenija zachina i koncovki v hudozhestvennom tekste (na materiale anglojazychnyh korotkih rasskazov): Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk]. Moscow, 2004.

9. Gak V. G. *The semantic field of end* [Semanticheskoe pole konca]. Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca — *Logical analysis of Language. The semantics of start and end*. Moscow, 2002. Pp. 50–55.

10. Galperin I. R. *Text as an object of linguistic research* [Tekst kak objekt lingvisticheskogo issledovanija]. Moscow, 1981.

11. Grishina O. N. *The ratio of narrative, description and reasoning in the literary text (based on Anglo-American literature of XX century)* [Sootnoshenie povestvovanija, opisaniya i rassuzhdenija v hudozhestvennom tekste (na materiale anglo-amerikanskoj prozy XX v.): Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk]. Moscow, 1983.

12. Zolotova G. A., Onipenko N. K., Sidorova M. Yu. *The Communicative Russian grammar* [Kommunikativnaja grammatika russkogo jazyka]. Moscow, 1998.
13. Kargashin I. A. *The beginning and the end of the lyrical text* [Nachalo i konec liricheskogo teksta]. Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca — *Logical analysis of Language. The semantics of start and end*. Moscow, 2002. Pp. 426–436.
14. Kolesnichenko A. V. *The Practical Journalism* [Prakticheskaja zhurnalistika]. Moscow, 2008. URL: <http://www.eartist.narod.ru/text28/0034.html>
15. Lebedeva L. B. *The end — the appeal to the beginning: the completion of the experience* [Konec — obrashhenie k nachalu: zavershenie opyta]. Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca — *Logical analysis of Language. The semantics of start and end*. Moscow, 2002. Pp. 437–442.
16. *Logical Analysis of Language. The semantics of start and end* [Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca]. Moscow, 2002.
17. Makeeva I. I. *The semantics of the end in verbs of motion* [Semantika 'konca' u glagolov dvizhenija]. Logicheskij analiz jazyka. Semantika nachala i konca — *Logical analysis of Language. The semantics of start and end*. Moscow, 2002. Pp. 83–95.
18. Mamaeva N. L. *Paragraph in functional and stylistic aspects (based on the English language)* [Abzac v funkcional'no-stilisticheskom aspekte na materiale anglijskogo jazyka: Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk]. Moscow, 1981.
19. *Pedagogical Speech Studying. Reference Dictionary* [Pedagogicheskoe rechevedenie. Slovar'-spravochnik]. Moscow, 1998. URL: http://slovarionline.ru/pedagogicheskoe_rechevedenie/page/kontsovka_teksta.1
20. *Russian Dictionary* In 4 vols. Moscow, 1981–1984.
21. Tarasov E. F. *Speech influence as the problem of speech communication* [Rechevoe vozdejstvie kak problema rechevogo obshhenija]. Rechevoe vozdejstvie v sfere massovoj kommunikacii — *Speech influence in the field of mass communication*. Moscow, 1190. Pp. 3–14.
22. Tikunova S. G. *Interaction of structural and content characteristics of the artistic text and its title (based on the English language)* [Vzaimodejstvie strukturnyh i sodержatel'nyh charakteristik hudozhestvennogo teksta i ego zaglavija (na materiale anglijskogo jazyka): Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk]. Moscow, 2005.
23. Tomas A. O. *Space and time informativity in opening and final paragraphs of artistic prose text* [Prostranstvenno-vremennaja informativnost' nachal'nyh i zakljuchitel'nyh abzacev hudozhestvennogo prozaicheskogo teksta: Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk]. Odessa, 1987.
24. Cherepanova E. Yu. *The conclusion of the literary work of great form as a structural text element (on the material of English prose 18-21 centuries)* [Zakljuchenie literaturnogo proizvedeniya bol'shoj formy kak stroevoj jelement teksta (na materiale anglojazyčnoj prozy 18–21 vekov): Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk]. Tula, 2008. URL: <http://www.dissercat.com/content/zaklyuchenie-literaturnogo-proizvedeniya-bolshoi-formy-kak-stroevoi-element-teksta-na-materi>.
25. Shamraenko E. N. *Logical-semantic relationship as a type of communication between the text beginning and ending* [Logiko-semanticheskaja svjaz' kak tip svjazi mezhdu nachalom i koncovkoj teksta]. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/21418/98-Shamraenko.pdf?sequence=1>

УДК 81'42,
ББК 81.2,
ГРНТИ 16.21.55,
КОД ВАК 10.02.19

Л. М. Цонева
Велико-Търново, Болгария

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ

В статье рассматривается вопрос об особенностях исследования языковой игры в современной науке. Отмечены также некоторые проблемы, заслуживающие дальнейшего изучения в работах лингвистов.

Ключевые слова: *игра, языковая игра, креативность, языковая личность.*

Лиляна Михайлова Цонева, кандидат филологических наук, профессор кафедры русистики Велико-търновского университета Святых Кирилла и Мефодия,
Болгария, 5000, Велико Търново, ул. Теодосий Търновски, 2.
E-mail: liliconeva@abv.bg

© Цонева Л. М., 2014

Языковая игра — это тема, актуальная для различных областей современной гуманитарной науки. Доказательством возрастающего интереса к этой теме можно считать появление множества трудов, в которых она исследуется с разных точек зрения, а также с разной степенью глубины. Об этом Т. А. Гридина, известный исследователь игрового дискурса, пишет: «Современная лингвистика „с головой“ окунулась в изучение языковой игры. Если еще лет десять назад лингвистические работы, посвященные ЯИ, можно было перечесать по пальцам (имеются в виду работы концептуального характера), то в настоящее время, пожалуй, только „ленивый“ не пишет о ЯИ» [Гридина 2012:18].

Существуют и мнения о неоправданной экспансии игрового и расширении значения термина «игра». Показательны в этом плане слова философа С. Гурина: «В последние годы наблюдается экспансия игровой методологии на различные сферы человеческой деятельности, и даже возникла угроза абсолютизации игровой парадигмы. Пожалуй, уже достигнут предел распространения понятия игры и сейчас уточняются границы его применимости» [Гурин 2001: 33].

Определяя подобные утверждения как слишком категорические, подчеркнем бесспорную значимость игры в качестве уникального феномена культуры, имеющего исключительно широкие практические приложения в играх языковых, детских, военных, политических, психологических, гендерных, экономических, торговых и т. д.

Бесспорна и необходимость в дальнейшем освещении понятий игры и языковой игры, причем с выходом за пределы чисто языкового в иные научные области — теорию речевой деятельности, теорию языковой личности, психолингвистику, культурологию.

В настоящей работе обратим внимание на некоторые особенности языковой игры и ее изучения в современной русской лингвистике. Эти рассуждения не лишены определенного субъективизма, связанного как с нашим пониманием игрового, так и с важным фактом, что даже в «эпоху интернета» новая научная литература не всегда известна и доступна ученым, тем более за пределами России.

Интерес к языковой игре в современной лингвистике, особенно в начале XXI века, необычайно возрос. После выхода в свет монографий «Языковая игра: стереотип и творчество» Т. А. Гридиной [Гридина 1996] и «Русский язык в зеркале языковой игры» В. З. Санникова [Санников 1999], которые сегодня можно определить как классику теории языковой игры, появилось множество монографий, диссертаций, статей, где эта теория развивается и углубляется. Разумеется, о языковой игре пишется и в трудах, посвященным смежным или более общим темам.

В то же время необходимо заметить, что в описании языковой игры есть немало дискуссионного и неясного, «узких мест» и т. д.

Отметим в первую очередь отсутствие общепринятого определения основного понятия данной научной области — самого понятия языковой игры. Нетрудно убедиться, что в дефинициях понятия языковой игры у разных авторов, в том числе авторитетных, можно найти довольно серьезные различия и даже противоречия. Впрочем, не лишены противоречий и многие критические комментарии существующих определений понятия языковой игры.

Добавим здесь, что своеобразной «модой» при определении сущности языковой игры стало обязательное упоминание теории игры Л. Витгенштейна, а также факта, что именно он ввел в научное обращение термин *языковая игра*. По мнению А. П. Сквородникова, ссылки на «изобретателя» этого термина стали «ритуальными» [Сквородников 2010: 50].

См. об этом: «Таким образом, Витгенштейн ввел означающее знака (словосочетание „языковая игра“), не дав четкого определения его означаемому. Так философ дал старт актуальной ныне исследовательской области, вводя в научный обиход словосочетание, обладающее громадным ассоциативным потенциалом и не получившее до сих пор однозначной интерпретации» [Бернацкая 2010: 35].

С другой стороны, дефиницию языковой игры, отражающую максимально точно и полно (при этом — в сжатой форме) важнейшие характеристики такого сложного явления, едва ли можно предложить. Приведем в связи с этим мнение Т. А. Гридиной: «Многоаспектность существующих подходов к описанию языковой игры порождает мысль о невозможности дать ей однозначное определение. <...> Но нужна ли такая однозначность в объяснении сложных феноменов?» [Гридина 2012: 3–4].

Из-за невозможности прокомментировать различные толкования языковой игры, отметим некоторые ее признаки, выделяемые (нередко — понимаемые неоднозначно) многими авторами.

Внимания заслуживает, например, понимание языковой игры как **нарушения нормы** (языка или речи), как отклонения от нормы (разные термины, которыми обозначается нарушение нормы, даются у А. П. Сквородникова [Сквородников 2010: 52]).

По мнению А. А. Бернацкой, следует говорить не о языковой, а о речевой норме: «Нарушение системных отношений порождает не ЯИ, а ошибки, ко-

торые проистекают из недостаточного владения языком. ЯИ в самом широком смысле строится не на нарушении „норм языка“, а на снятии временных ограничений, накладываемых действующими нормами на употребление тех или иных системно оправданных форм, конструкций в их соотносительности с планом содержания» [Бернацкая 2010: 40].

Другие авторы, возражая против терминов *отклонение* или *нарушение нормы*, говорят о «варьировании»: «На настоящий момент уже совершенно ясно, что языковая игра не является злокачественным нарушением языковых и речевых норм. Она — результат их оригинального, нестандартного варьирования на базе креативной компетенции коммуникантов в определенном эмотивном дискурсе» [Шаховский 2008: 367]. (Обратим внимание на словосочетание *злокачественное нарушение* и отнесем его к проявлениям языковой игры в научном дискурсе, в который, по мнению Т. А. Гридиной, «вторгается свежая струя игрового словотворчества (чаще всего как проявление идиостиля ученого)» [Гридина 2012: 15].

На наш взгляд, о языковой игре можно говорить как об отклонении от речевой нормы, причем обязательно о преднамеренном, сознательном, продуманном отклонении — оно отличается от неосознанных отклонений, которые правомернее было бы отнести к ошибкам, например, в речи иностранцев, в детской речи и т. д.

Это отличие выделяется и в стилистическом словаре: «В отличие от речевых ошибок ЯИ строится благодаря знанию системных языковых связей и владению стилистическими закономерностями употребления единиц языка, а также учету жанровой специфики речепроизводства» [Стилистический словарь 2006: 657–658].

Особого внимания требует вопрос о целях или **функциях** языковой игры, в частности, о функции создания комического эффекта, которая считается самой важной, например, у В. З. Санникова, Б. Ю. Нормана и др. Так, в книге «Игра на гранях языка», перечисляя целый ряд приемов для достижения юмористического эффекта, Б. Ю. Норман отмечает, что у языковой игры могут быть и более «возвышенные» цели, но в основном она нацелена на то, чтобы «позабавить собеседника, развеселить, рассмешить его» [Норман 2006: 8].

Пожалуй, именно связи языковой игры и комического/смешного — территория самых интересных и сложных рассуждений, которые редко приводят к каким-либо категорическим выводам, а, скорее всего, к новым вопросам. См., например, рассуждения А. П. Сковородникова о самом слове *игра* и его ассоциациях, о разновидностях комического, об остроумии и т. д. [Сковородников 2010: 59].

Преобладающей сегодня можно считать точку зрения, согласно которой комический эффект — один из возможных, но далеко не единственный эффект игровой деятельности говорящей личности. См. об этом у Т. А. Гридиной: «Языковая игра, таким образом, — это одновременно и когнитивный, и психологический, и лингвокультурный, и эстетический феномен, функциональная сущность которого не исчерпывается традиционно выделяемой сферой комического воздействия и уж никак не вписывается в рамки расхожего определения „игра слов“» [Гридина 2012: 4].

Это утверждение можно отнести к игре в различных функциональных стилях. Например, в разговорном стиле, где очень часто проявляется стремление

говорящего развлечь себя и собеседника, разрядить обстановку и т. д., могут быть и другие цели. В дискурсе СМИ достижение комического эффекта тоже далеко не всегда является целью языковой игры, несмотря на характерную тенденцию к иронизированию, осмеиванию, в т. ч. для дискредитации политических реалий и субъектов.

Языковую игру почти всегда связывают с **творческими (креативными) возможностями** языковой личности, определяя ее как возможность свободного, нетрадиционного использования языковых средств, как творческий акт, демонстрирующий индивидуальный стиль языковой личности.

Именно о креативе, креативности, как и о лингвистике креатива говорится в работах Т. А. Гридиной и ее последователей, анализирующих проявления творческой речевой деятельности в различных типах дискурса, в том числе и в детской речи [Лингвистика 2009; 2012]. В указанных работах много интересного, в том числе и не совсем бесспорного, вызывающего множество вопросов.

Один из таких вопросов — все ли языковые личности креативны и насколько. Так, А. А. Бернацкая отмечает: «Для исполнителя ЯИ необходимы чувство юмора, врожденное чувство языка и специфические, так сказать, „инженерно-конструкторские“ умения, чтобы производить „реконструкцию“ формальной стороны высказывания. Неслучайно создателями искусственных языков оказывались математики, физики, химики, „технари“» [Бернацкая 2010: 39].

Это, на наш взгляд, противоречит ее же мысли, что языковая игра «доступна и в той или иной степени присуща каждой языковой личности» [Бернацкая 2010:38] — ведь далеко не у всех есть чувство юмора, чувство языка и тем более «инженерно-конструкторские» умения.

По-разному можно относиться и к пониманию детской речи как творчества. Не лишены оснований, на наш взгляд, рассуждения о детской речи И. Н. Горелова и К. Ф. Седова в книге „Основы психолингвистики“: «Когда ребенок говорит „намакаронился“, „эти бабочки одинаковее, чем другие“, „копатка“ (лопатка), „мама поставила пирог в печку и он там большится“ (увеличивается в размерах), то это очень интересно, мило, достойно восхищения (надо ведь найти подходящие морфемы — по смыслу и по форме, причем почти мгновенно!). Но творчество ли это?» [Горелов, Седов 2010: 187]. (Это, конечно, не означает, что в детской речи нет никаких проявлений осознанного языкового творчества).

Языковая игра проявляется по-разному в разных сферах и ситуациях речи, свою специфику имеют функции игры, частотность и особенности использования конкретных форм игры и т. д. Поэтому внимание ученых нередко направлено на **особенности игры в определенных функциональных стилях**.

Традиционным можно считать интерес к игре в художественном стиле, где она является естественной и в какой-то мере обязательной — игра разрушает «шаблоны», привлекает внимание к необычному, порой даже парадоксальному, создает дополнительные окказиональные значения.

Особенности игры в этом стиле рассматривают авторы множества работ. Отметим здесь книгу Т. А. Гридиной «Языковая игра в художественном тексте», в которой представлены принципы игры как формы лингвокреативной деятельности [Гридина 2012].

Многочисленны работы, прежде всего диссертации, предметом которых является игра в конкретных произведениях или у конкретных авторов.

Активизируется и интерес к разнообразным проявлениям игры в разговорном стиле. Характерная особенность исследований последних лет – расширение ареала исследуемых типов дискурса (современная городская речь, молодежный жаргон, интернет-язык и т. д.).

Одна из значимых работ, вышедших недавно, — монография Ю. О. Коноваловой «Языковая игра в современной русской разговорной речи», в которой анализируются приемы и функции языковой игры в повседневном общении, роль социальных, психологических и других факторов речевой ситуации и т. д. [Коновалова 2008].

Все активнее изучается игровое в публицистическом стиле, что связано в первую очередь с ролью игры в нем. Игра — одно из важных средств для создания экспрессивности, определяющей облик коммуникативной стратегии новой публицистики. Особо следует отметить активизацию игрового в серьезных аналитических жанрах, ранее «непроницаемых» для проявлений подобного типа.

Вряд ли возможен даже беглый обзор работ, изучающих разнообразные проявления языковой игры в медиатекстах. Отметим среди них монографии С. И. Сметаниной «Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века» [Сметанина 2002] и С. В. Ильясовой и Л. П. Амири «Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы» [Ильясова, Амири 2009].

С медиадискурсом связаны и наши изыскания в области языковой игры. Они отражены в монографии «Езиковата игра в съвременната публицистика» [Цонева 2000], написанной на материале русского и болгарского языков, а также в ряде статей, опубликованных в научных журналах и сборниках.

Опираясь на наши наблюдения, как и на наблюдения других авторов, назовем некоторые особенности игры в современных СМИ, являющиеся предметом активного изучения.

Проявления игры можно найти на всех уровнях языка, хотя во многих случаях отнесение конкретной игровой формы к определенному языковому уровню оказывается условным. Как мы не раз подчеркивали, в языке можно обыгрывать если не все, то почти все, и медиатекст активно пользуется этим.

В медиатексте можно найти множество примеров, нередко довольно ярких и интересных, окказиональных слов и словосочетаний, каламбуров, метафор, трансформаций прецедентных текстов и фразеологизмов, иноязычных и иностилевых „вкраплений“ и т. д. Некоторые из них являются темой многочисленных работ, другие, на наш взгляд, изучаются реже.

Интерес исследователей языка СМИ неизменно привлекают окказиональные слова — яркое проявление креативности говорящего.

В фокусе исследовательского внимания находится и описание очень частотной в медиатексте формы языковой игры, обозначаемой по-разному — как интertextуальные включения, цитаты, прецедентные тексты, логоэпистемы.

Более активного исследования заслуживает окказиональная сочетаемость — нарушение, игнорирование синтаксических и/или семантических ограничений при соединении слов.

Внимания ученых требует и графическая игра, активная прежде всего в печатных СМИ, что связано с рядом экстралингвистических факторов. Специ-

ально отметим метафору как форму игры, которая, на наш взгляд, обделена вниманием со стороны исследователей медиатекста именно в таком понимании.

Основания считать метафору проявлением языковой игры кроются в самой ее сущности — в ней есть нетрадиционное, нестереотипное употребление языкового знака, творческий характер семантической трансформации. Метафора, как считает Н. Д. Арутюнова, — один из семантических типов отклонения от нормы; это «интерпретируемая аномалия», своеобразная семантическая «неправильность», возникающая в результате специального нарушения закономерностей смыслового объединения слов [Арутюнова 1999: 346].

Рассмотренный нами обширный материал из русских и болгарских медиатекстов позволяет утверждать, что их облик определяют не конвенциональные, лексикализованные метафоры; в них много живых, креативных метафор, в которых ярко проявляется одна из важнейших черт этой семантической трансформации — творческий характер переноса значения.

Очень важно и то, что метафора как элемент текста и дискурса связана интересными, иногда довольно сложными отношениями с другими формами языковой игры. Любопытные примеры связей метафоры с окказиональными словами, каламбуром, трансформациями фразеологизмов и прецедентных текстов можно найти в нашей монографии «Българската политическа метафора» [Цонева 2012]. Анализируя особенности метафор в плане игровом, мы отмечаем также, что они как бы «ведут за собой» другие игровые формы, проявляются ярче на их фоне или вместе с ними, усиливая экспрессивность текста; более того, многие из интересных игровых единиц в современных медиатекстах просто не могли бы появиться без метафоры-источника [Цонева 2012б].

Сказанное о метафоре дает основания в очередной раз отметить необходимость не самостоятельного, изолированного изучения отдельных форм игры, а в их переплетении и взаимодействии в тексте и дискурсе.

Одна из важных особенностей публицистики — стремление к актуальности и злободневности содержания — находит выражение и в активности единиц, вовлекаемых в игру в рамках определенного периода, иногда довольно короткого. К единицам, которые обыгрываются особенно активно, относятся ключевые слова — названия понятий, актуальных для общества в целом, находящихся в центре общественного сознания. Важнейшие признаки таких слов — их частотность, прежде всего в заглавии текста, их словообразовательная активность, а также их частотность в качестве «материала» для обыгрывания, темы для анекдотов и т. д. Пример тому — «самое ключевое» слово наших дней — слово *кризис*, объект активного обыгрывания в медиатекстах. В нашей монографии «Думата криза в медийния дискурс (българско-руски паралели)» даются примеры употребления слова *кризис* (в болгарском — *криза*) как основы окказиональных производных, как компонента окказиональных словосочетаний, трансформированных фразеологизмов и прецедентных текстов и т. д. [Цонева 2012а].

Особый интерес в этом смысле представляют и ключевые имена — имена ведущих политиков, известных экономистов и бизнесменов, деятелей ку-

льтуры, спортсменов и т. д., иначе говоря — имена «героев нашего времени» (нередко — и «антигероев») [Цонева 2007]. Именно они особенно активно становятся предметом обыгрывания, часто — с целью дискредитации референта [Цонева 2010, 2010а].

Упомянутые вопросы, а также целый ряд проблем, связанных со спецификой игрового в современных СМИ, — актуальная тема для будущих исследований.

Актуальным остается и сопоставление общих и специфических особенностей языковой игры в разных стилях и разных типах дискурса, а также в разных языках. Именно исследования сопоставительного характера могли бы приблизить нас к постижению сущности языковой игры и ее конкретных проявлений, к выявлению универсального и национального в них.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М., 1999.
2. Бернацкая А. А. Креативность в языке и с языком: к онтологическим основаниям языковой игры // Игра как прием текстопорождения: коллективная монография. Красноярск, 2010. С. 34–43.
3. Горелов Н. И., Седов К. Ф. Основы психолингвистики. М., 2010.
4. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург, 1996.
5. Гридина Т. А. Языковая игра в художественном тексте. Екатеринбург, 2012.
6. Гурин С. Игра. Спонтанность. Трансценденция // Реальность и субъект, 2001, № 21. С. 33–41.
7. Ильясова С. В., Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М., 2009.
8. Коновалова О. Ю. Языковая игра в современной русской разговорной речи. Владивосток, 2008.
9. Лингвистика креатива. Коллективная монография. Екатеринбург, 2009, 2012.
10. Норман Б. Ю. Игра на гранях языка. М., 2006.
11. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М., 1999.
12. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века. СПб., 2002.
13. Сковородников А. П. Об определении понятия «языковая игра» // Игра как прием текстопорождения: коллективная монография. Красноярск, 2010. С. 50–63.
14. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М., 2006.
15. Цонева Л. Езиковата игра в съвременната публицистика. Велико Търново, 2000.
16. Цонева Л. Ключевые имена времени в публицистическом стиле // *Stylistyka XVI, Styl I czas. Opole*, 2007. С. 423–443.
17. Цонева Л. М. Ономастические игры в дискурсе русских и болгарских СМИ // Речеведение: современное состояние и перспективы. Пермь, 2010. С. 441–448.
18. Цонева Л. Имената на българските политици като обект на езикова игра // Състояние и проблеми на българската ономастика. Велико Търново, 2010. Т. 11. С. 308–326.
19. Цонева Л. Българската политическа метафора. Велико Търново, 2012.
20. Цонева Л. Думата криза в медийния дискурс (българско-руски паралели). Велико Търново, 2012а.
21. Цонева Л. О творческом характере метафоры в медиатексте // Стереотипность и творчество в тексте. Пермь, 2012б. Вып. 16. С. 132–138.
22. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций. М., 2008.

REFERENCES

1. Arutyunova N. D. Language and the World of Man. [Yazk i mir cheloveka]. M., 1999.
2. Bernatskaya A. A. Creativity in Language and with Language: Ontological Grounds of the Language Game. [Kreativnosty v yazke i s yazikom: k ontologicheskim osnovaniyam yazkovoy igri // Igra kak priem tekstoporozhdeniya: kollektivnaya monografiya / pod red. A. P. Skovorodnikova]. Krasnoyarsk, 2010. P. 34–43.
3. Gorelov N. I., Sedov K. F. Basics of Psycholinguistics. [Osnovi psiholingvistiki]. M., 2010.
4. Gridina T. A. The Language Game: Stereotype and Creativity. [Yazkovaya igra: stereotip i tvorchestvo]. Ekaterinburg, 1996.
5. Gridina T. A. The Language Game in Fiction Texts. [Yazkovaya igra v hudozhestvennom tekste]. Ekaterinburg, 2012.
6. Gurin S. Game. Spontaneity. Transcendence. [Igra. Spontannosty. Transtsendentsiya]. Realnosty i subaekt 2001, № 21. P. 33–41.
7. Ilyasova S. V., Amiri L. P. The Language Game in Communicative Space of Mass Media and Advertising. [Yazkovaya igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklame]. M., 2009.
8. Konovalova O. Yu. The Language Game in Modern Russian Colloquial Speech. [Yazkovaya igra v sovremennoy russkoy razgovornoy rechi]. Vladivostok, 2008.
9. Creative Linguistics. [Lingvistika kreativa. Kollektivnaya monografiya. Otv. red. T. A. Gridina. Ekaterinburg]. 2009, 2012.
10. Norman B. Yu. Playing on the Boundaries of Language. [Igra na granyah yazika]. M., 2006.
11. Sannikov V. Z. The Russian Language in the Mirror of the Language Game. [Russkiy yazik v zerkale yazkovoy igri]. M., 1999.
12. Smetanina S. I. The Media Text in the System of Culture. Dynamic Processes in Language and Journalist Style in the End of 20th Century. [Media-tekst v sisteme kulyturi. Dinamicheskie protsessy v yazike i stile zhurnalistiki kontsa XX veka]. SPb., 2002.
13. Skovorodnikov A. P. On the Definition of “Language Game” Concept. [Ob opredelenii ponyatiya «yazkovaya igra»: Igra kak priem tekstoporozhdeniya: kollektivnaya monografiya/ pod red. A.P. Skovorodnikova]. Krasnoyarsk, 2010. P. 50–63.
14. Stylistic Encyclopedic Dictionary of the Russian Language. [Stilisticheski enciklopedicheski slovary russkogo yazika]. M., 2006.
15. Tsoneva L. The Language Game in Modern Media. [Ezikovata igra v savremennata publitsistika]. Veliko Tarnovo, 2000.
16. Tsoneva L. Key Names of Our Publicist Style. [Kluchevie imena vremeni v publicisticheskome stile: Stylistyka XVI, Styl I czas]. Opole, 2007. P. 423–443.
17. Tsoneva L. M. Onomastic Games in the Discourse of Russian and Bulgarian Mass Media. [Onomasticheskie igri v diskurse russkih i bolgarskih SMI: Rechevedenie: sovremennoe sostoyanie i perspektivi]. Permy, 2010. P. 441–448.
18. Tsoneva L. The Names of Bulgarian Politicians as an Object of the Language Game. [Imenata na balgarskite polititsi kato obekt na ezikova igra: Sastoyanie i problemi na balgarskata onomastika. — t. 11.]. Veliko Tarnovo, 2010. P. 308–326.
19. Tsoneva L. The Bulgarian Political Metaphor. [Balgarskata politicheska metafora]. Veliko Tarnovo, 2012.
20. Tsoneva L. The Word “Crisis” in Media Discourse (Bulgarian-Russian Parallels). [Dumata kriza v mediyniya diskurs (balgarsko-ruski paraleli)]. Veliko Tarnovo, 2012a.
21. Tsoneva L. On the Creative Character of Metaphors in Media Text. [O tvorcheskom haraktere metafor v mediatekste: Stereotipnosty I tvorchestvo v tekste. Mezhhvuz. sb. nauchnh trudov. Vol. 16] Perm, 2012b. P. 132–138.
22. Shahovskiy V. I. Linguistic Theory of Emotions. [Lingvisticheskaya teoriya emotsiy]. M., 2008.

**НОВОСТИ НАУЧНОЙ ЖИЗНИ:
ХРОНИКА И КРИТИКА**

.....

УДК 81'42,
ББК 81.2,
ГРНТИ 16.21.33,
КОД ВАК 10.01.10

В. В. Васильева
Санкт-Петербург, Россия

ПОЛЬСКИЙ ВЗГЛЯД НА МЕДИАЛИНГВИСТИКУ

Рецензия на монографию:
Bogusław Skowronek. Mediolingwistyka.
Wprowadzenie. Kraków, 2013. 286 s.

В рецензии дается высокая оценка книге: монография формирует теоретические основания медиалингвистики, подробно рассматривает предпосылки развития этого направления в современной полонистике, обосновывает методологию исследований медиатекста.

Ключевые слова: *медиалингвистика, медиатекст, методология, польские СМИ.*

Виктория Владимировна Васильева, кандидат филологических наук, доцент кафедры речевой коммуникации Санкт-Петербургского государственного университета.
199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., д. 26.
E-mail: viktirija@mail.ru.

© Васильева В. В., 2014

Монография Богуслава Скворонка вводит в научный оборот польских гуманитариев новую научную дисциплину — медиалингвистику. Формирование этого, по сути, междисциплинарного направления, его автономизация из собственно лингвистических дисциплин обусловлено осознанием большой культурной роли массовой коммуникации в современном мире, информационной природой самых разных сторон человеческой деятельности.

Недостаточность изучения языка средств массовой информации в рамках публицистического стиля как разновидности этого функционально-стилистического образования в отечественной лингвистике стала очевидной в конце 90-х гг. XX века. Современные массмедийные технологии потребовали нового исследовательского инструментария, а применение последнего, в свою очередь, выявило принципиальную специфику массмедийного произведения как объекта анализа. Трудными Т. Г. Добросклонской в русскоязычный научный оборот были введены термины *медиалингвистика* [Добросклонская 2000а] и *медиатекст* [Добросклонская 2000б].

Изучение языкового аспекта функционирования СМИ, как показывают исследования последних лет, не ограничивается вниманием к так называемым медиалектам. Наибольший интерес вызывают такие изменения в самом языке, которые «мотивированы факторами информации» (с. 13)¹. Б. Скворонек пишет: «Язык и медиа я трактую как подсистемы культу-

¹ Здесь и далее в круглых скобках указаны номера страниц рецензируемого издания.

ры, которые отвечают за структурирование действительности (медиа в значительной степени, язык же — рудиментарно)» (с. 11). Этот момент является для автора принципиальным: Б. Скворонек отдает средствам массовой информации функцию, которая когда-то всецело принадлежала языку, — формирование картины мира. «В Польше начало современной (постмодернистской?) культуры могут символизировать два явления: трансформация государственной системы в 1989 году (экономические и политические изменения, но главное — культурные последствия) и возникшее вслед за этим ощущение сильного присутствия средств массовой информации в жизни личности и общества. Последнее осуществляется в основном в двух измерениях: материально (через многомерное присутствие СМИ практически во всех сферах жизни) и психически (проявляясь в новых способах и моделях описания восприятия мира)» (с. 25). В этом отношении автор монографии опирается на мнение С. Гайдды, который, рассматривая новые медиа в лингвистической перспективе, отмечает необходимость разработки теоретических и методологических оснований для исследования этого принципиально нового феномена [Gajda 2000: 25].

Монография Б. Скворонек адресована исследователям языка средств массовой информации, перед которыми (так же, как и перед автором книги) стоит вопрос: «Есть ли возможность создания общей платформы исследований, которая будет обеспечивать теоретическую и методологическую базу анализа иногда очень разных формальных языковых явлений, относящихся к отдельным медиатехнологиям?» (с. 15). Автор положительно отвечает на этот вопрос, признавая всю сложность разработки междисциплинарных исследовательских операций. При этом важно, что междисциплинарный подход к лингвистическим исследованиям в сфере массмедиа получил признание практически с момента вычленения медиалингвистики в специальную дисциплину: «наблюдения за тем, насколько глубоко отражается в языке СМИ социальная действительность, привели к бесспорному утверждению комплексного междисциплинарного подхода в качестве важнейшего принципа анализа публицистических текстов, что предполагает изучение их лингвистической стороны в тесном единстве с политологическими, социологическими, психологическими, культурологическими сторонами функционирования средств массовой информации» [Дускаева 2011].

Отметим еще одно важное свойство рецензируемой книги: в ней энциклопедически широко и с подробными отсылками к первоисточникам представлены важнейшие понятия, на которых строятся метаязыки когнитивной семантики, лингвопрагматики, теории коммуникации, дискурсологии и, конечно, лингвокультурологии, которую автор называет «матерью медиалингвистики», что делает труд Б. Скворонек отличным учебником.

Различные способы медийного взаимодействия с обществом (автор относит к таковым и кино) — пресса, радио, телевидение, интернет — исследователь называет «смыслообразующими машинами», «приводной механизм» которых основан на когнитивно-языковой активности творческого характера. Картины мира, существующие в «обиходной рациональности» и зафиксированные в языке, преобразуются, по мысли автора, в медийные картины мира, которые создаются преднамеренно, а сам процесс их формирования представляет собой идеологически мотивированную модификацию. При этом проис-

ходит профилирование медийных картин мира, специфичность которых напрямую зависит от технологических возможностей того или иного средства массовой информации, которому свойственно именно ему данное видение действительности: «Медиаконцептуализации реальности получают выражение (конкретную форму) с помощью нужного для данной среды языка и специфических форм общения» (с. 19).

Б. Сковронек обосновывает чрезвычайно важную мысль, привлекая большое количество польских и зарубежных исследований (культурологов, психологов, антропологов): «...для части людей медиакартины мира и связанные с ними языковые формы и представления становятся основными, потому что трактуются как нейтральное (объективное) отражение мира» (с. 20). И здесь вновь находит объяснение большой интерес к медиалингвистике как научной дисциплине, который определяется тем, что, по словам автора, «средний пользователь СМИ понимает функционирующий там язык как естественную форму выражения»; изучение этой новой «естественной» формы нуждается, следовательно, в новых исследовательских инструментах, вырабатываемых «с учетом развития и исторической изменчивости СМИ и принимая во внимание соответствующие типу СМИ условия приема информации» (там же).

В рецензируемой монографии четыре главы: «Культура по отношению к коммуникации и языку» (с. 25–46), «Медиа по отношению к культуре, коммуникации и языку» (с. 47–86), «Медиалингвистика. Основные предпосылки» (с. 87–159), «Языковое разнообразие в медиа» (с. 161–46). Последняя глава состоит из пяти параграфов, соответствующих пяти технологически вычленимым типам СМИ: «Пресса» (с. 176–190), «Кино» (с. 191–204), «Радио» (с. 205–211), «Телевидение» (с. 211–234), «Интернет» (с. 234–247). Каждой главе (в том числе и предисловию) автор предпосылает два эпиграфа. Цитаты из научных трудов исследователей массмедиа являются своего рода отправными точками рассуждений Б. Сковроника. Акцентированные таким образом, читателю представлены идеи польских гуманитариев (в их числе: S. Gajda, M. Lisowska-Magdziarz, M. Hopfinger, Z. Kępczes, M. Filiciak и G. Ptaszek, H. Weinrich, G. Godlewski, G. Deleuze, I. Bajerowa, J. Bralczyk и G. Majkowska); эти идеи являются этапами осмысления массмедиа как важнейшего поля дискурсивных практик.

В двух первых главах автор осмысливает проблематику СМИ с философских, культурологических, антропологических позиций; в третьей главе он обращается к методологическому обоснованию собственно медиалингвистических исследований. По мнению Б. Сковроника, термин «медиалингвистика» «наиболее точно отражает характер границы дисциплины, подчеркивая множественные отношения, возникающие между средствами массовой информации и языком» (с. 96), в то время как существующие наименования «пограничных» областей лингвистики (социалингвистика, психалингвистика и т. п.) не имеют в виду системное влияние на сам язык. Подчеркивая, что «полифония средств коммуникации естественно вызывает полифонию исследовательских процедур» (с. 95), автор демонстрирует методологическую открытость медиалингвистики, которая связана не с дефицитом теоретической базы лингвистики и отсутствием точных инструментов исследования, но с тем, что «сфера анализа (языки медиа в ландшафте современной культуры) постоянно меняется и обогащается новыми явлениями» (там же).

Автор предлагает собственную модель исследования «медийно мотивированных лингвистических явлений» (с. 158–159), прибегая к метафорическому понятию «денатурализации текста», которое определяется им как «восстановление» текста, выведение его характеристик, признаков, свойств из реализуемого исследовательского подхода. Б. Сковронек выделяет пять этапов «денатурализации текста», не претендуя, однако, на всеобщность и окончательность предложенного списка.

1. Этап медийной «денатурализации» текста. Выделение языковой структуры текста, принадлежащего к определенной медийной среде, анализ полисемиотичных взаимоотношений и детерминант; выявление технологической логики и «мировоззрения» данной среды и исследование их влияния на текст.

2. Этап прагматико-функциональной «денатурализации» текста. Исследование прагматичных целей анализируемого текста и его назначения, включая выявление тематических областей, которые определяют соответствующие функции: поле политики, развлечений, общественной деятельности, информации и т. п.

3. Этап языковой «денатурализации» текста. Анализ формальных средств исследуемого текста, описание отдельных системных категорий: грамматических, стилистических, композиционных, жанровых и т. д.; выявление того, как с языковой стороны они строят медиакартину мира.

4. Этап дискурсивной «денатурализации» текста. Обнаружение идеологических практик и матриц (социальных, политических, культурных, мировоззренческих), детерминирующих исследуемый текст, и анализ их влияния на созданный образ реальности.

5. Этап адресатной «денатурализации» текста. Попытка изучения эффектов воздействия анализируемого текста, его социальной циркуляции и влияния на отдельных пользователей, а также установление закономерностей функционирования в культуре. Анализ предпочтительных способов интерпретации (заданных автором исследуемого текста) и возможных оппозиционных прочтений.

Обращаясь в четвертой главе к языковому воплощению различных медиа, автор рассматривает признаки, объединяющие современные медиа, и выделяет среди них доминирующие (с. 170–171).

Так, «интернетизация» связана с возможностью (и реализацией этой возможности) выведения в глобальную сеть любого СМИ, независимо от технологического аспекта его существования.

Следующие признаки — «идеологизация» и «институциональная дифференциация» — тесно связаны между собой: медиа в принципе «производят определенное идеологическое восприятие реальности», которое получает конкретное наполнение в силу институциональной и формальной специфики того или иного СМИ (в частности, специфики формы собственности).

«Приемом дифференциации» автор книги называет фрагментацию общества («медиапространство фрагментируется, и мы имеем дело с множеством разнообразных — идеологически и коммуникативно — дискурсивных общин», имеющих свои СМИ, свои виды связи и свой язык с особыми принципами использования, иногда — с медиалектами) и форматирование информации (например, радиоформаты, тематические каналы).

«Аксиологизация», по мысли автора, тесно связана с «идеологизацией» и «эмоциональностью», поскольку СМИ часто являются «основным нормообразующим механизмом для определения того, что является социально приемлемым, неприемлемым, необходимым, желательным и т. д.»; именно СМИ осуществляют «регулировку социальной тревожности, опираясь главным образом на чувства удовольствия и страха».

Еще одной доминантой современных медиа автор называет «таблоидизацию», поскольку «все сообщения СМИ (независимо от их приоритетных функций, таких как, например, информация) в основном реализуют развлекательные функции, являются частью глобальной ойкумены развлечения»; таблоидизация находится в прочных отношениях с контекстом потребления, и потому «акцент делается на фатичности коммуникации, простоте содержания, четкости точки зрения, однозначности аргументации и избыточной эстетике, используется шок, показная роскошь и драматизация, которая сопровождается фрагментацией событий, отделением их от общих широких процессов и контекстов».

Завершает список медиадоминант «жанровая гибридизация», под которой автор понимает «формальную избыточность и множественность стилей, видов связи и гибриды, которые сочетают в себе черты различных жанров в пределах одного текста или одной программы». Как следствие жанровой гибридизации Б. Сковронек очень точно отмечает «полифункциональность прагматических результатов и явления диффузии в сочетании с традиционными речевыми актами» (предлагается термин «полилокутивность» — с. 171).

Автор останавливается в книге на каждом виде массмедиа (пресса, кино, радио, телевидение и интернет) и рисует языковую картину медийного пространства современной Польши. Здесь читатель найдет информацию и о переломе собственности в этой области, и об основных научных исследованиях каждого вида СМИ. Эта часть монографии предлагает богатый материал для контрастивных медиалингвистических изысканий, демонстрируя общность проблем и национальную специфику. Каждый параграф главы формирует своеобразную исследовательскую программу.

Так, обращается внимание на необходимость специального изучения ономастикона СМИ (названий газет, теле- и радиопрограмм и проч.); на изучение «языка кино как „сейсмографа“ социальных настроений и эмоций, как записи рационального и иррационального мышления, как показателя культурных и идеологических кодов общественных групп» (с. 191).

Б. Сковронек представляет читателю польское радио как «практически неограниченный конгломерат реализации различных языков», изучение которых, с точки зрения автора, «особенно важно в аспекте использования радиформатами прагматической функции языка» (с. 206).

Говоря о телевидении, автор отмечает, что здесь «потенциальных областей анализа очень много» (с. 211), но, по его мнению, «по отношению к телевидению следует избегать чрезмерного обобщения, в этом случае только внешний вид „сверху“ может охватить и теоретически сплавить множество различных форм и языковых реализаций», которые «расположены между двумя предельными полюсами: широкая информация и широкий спектр развлечений» (с. 212).

Вместе с тем для нового телевидения особенно важными оказываются, по мысли автора, идеи конвергенции и культуры участия (культура 2.0), которые телевидение не может реализовывать в полной мере в силу технологических ограничений.

Эти идеи, однако, в полной мере реализуются в интернете, где диалогичность и сам процесс коммуникации составляют основу взаимодействия, где присутствует «спонтанность в создании текстов, где возможны ситуационные выражения, их обсуждение, где есть мультимедийная динамика, гипертекстуальность, <...> а также практически неограниченный спектр коммуникационных обменов» (с. 233). Но в интернете «живут» вторичные тексты, созданные на основе текстов (в широком смысле этого слова), уже существующих в масс-медиа: в кино, в прессе, на радио и на телевидении. И хотя эта вторичность, по словам автора книги, «может привести к процедурным проблемам в медиалингвистическом анализе» (с. 234), исследователь выделяет три основных плоскости, в которых интернет вполне может интересовать медиалингвиста. Это, во-первых, письменность в интернете в сочетании с характером гибридизации текстовых форм; во-вторых, разнонаправленные связи коммуникации, текстовое разнообразие. Кроме того, — и это третья исследовательская плоскость — «лингвисты имеют возможность видеть перспективы различных языковых реализаций в сетях» (с. 244).

Актуальность рецензируемой монографии определяется не в последнюю очередь тем, что она свидетельствует об общности исследовательских интересов гуманитариев разных стран: лингвистов, культурологов, политологов, психологов, философов. Именной указатель к книге включает 465 имен, о широте концептуального охвата говорят 399 книг, включенных в список литературы.

Книга Богуслава Сковронька выступает еще одним подтверждением того, что средства массовой информации оказывают огромное (и многостороннее) влияние не только на повседневный язык большинства представителей современного общества, но и на саму систему языка. Тем самым необходимость медиалингвистики — с ее особым объектом и специальным инструментарием — не вызывает сегодня сомнений в международной научной среде.

ЛИТЕРАТУРА

1. Gajda S. Nowe media w perspektywie lingwistycznej // Styl — dyskurs — media / red. B. Bogołębska, M. Worsowicz. Łódź, 2010.
2. Добросклонская Т. Г. Теория и методы медиалингвистики. Дис. ... докт. филол. н., М., 2000. (а)
3. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. М.: МГУ, 2000. (б)
4. Дускаева Л. Р. Медиастилистика в России: традиции и перспективы // Журналистика и культура речи. 2011. № 3. С. 7–25. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1354569906_8832.pdf.

REFERENCES

1. Gajda S. Nowe media w perspektywie lingwistycznej // Styl — dyskurs — media / red. B. Bogołębska, M. Worsowicz. Łódź, 2010.

2. Dobrosklonskaya T. G. Theory and methods of mediallynguistics [Teoriya i metody medialingvistiki]. Diss. of doc. philol. M., 2000. (a)
3. Dobrosklonskaya T. G. The study of media texts [Voprosy izucheniya mediatekstov]. M., 2000. (b)
4. Duskayeva L. R. Media stylistics in Russia: traditions and prospects [Mediastilistika v Rossii: tradizii i perspektivy] // Zhurnalistika i kultura rechi. 2011. № 3. S. 7–25. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1354569906_8832.pdf.

УДК 81'42 (045)
ББК 81.2,
ГРНТИ 16.21.55,
КОД ВАК 10.02.19

.....

В. А. Андреева
Санкт-Петербург, Россия

МЕДИАЛЬНАЯ ПЕРСПЕКТИВА ТЕКСТА

Рецензия на учебник В. Е. Чернявской
«Текст в медиальном пространстве»
(М.: УРСС ЛИБРОКОМ, 2013)

Рецензия представляет читателю новую книгу петербургского лингвиста В. Е. Чернявской, посвященную базовым лингвистическим категориям «текст» и «дискурс» в свете новой медиальной парадигмы XXI века. Обсуждается широкий круг вопросов, сложившихся в науке о тексте на рубеже XX-XXI веков и требующих разрешения с учетом нового знания и новых фактов речевой деятельности общества: может ли лингвистика говорить о константных признаках текста, в чем суть текстуальности и медиальности как когнитивного феномена. Предлагаемые ответы на эти вопросы позволяют лингвистике текста продвинуться вперед в объяснении природы текста как центрального звена коммуникации, намечают перспективы дальнейшего развития гуманитарного знания.

Ключевые слова: *лингвистика, текст, дискурс, речевой жанр, интертекстуальность, интердискурсивность, медиальность.*

.....

Валерия Анатольевна Андреева, доктор филологических наук, профессор кафедры немецкой филологии Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена.

198260, Санкт-Петербург, Большеохтинский пр., 82-52.

E-mail: valeryandreeva@gmail.com.

© Андреева В. А., 2014

Текст как объект исследования исключительно сложен, исчерпывающе описать и объяснить его с помощью какой-то одной, пусть даже очень изоцированной, научной модели — задача практически невыполнимая. Об этом свидетельствует развитие лингвистики текста, оказавшейся к концу 90-х годов прошлого столетия в ситуации, когда для продвижения вперед необходимо было пересмотреть ключевые положения и выводы и определиться с дальнейшим направлением исследования текста. Такие моменты чрезвычайно важны в истории любой науки: происходит смена научных парадигм. В лингвистике смена парадигм не является результатом открытия нового объекта исследования, но всегда связана с новым ракурсом его рассмотрения. Смена парадигм связана с появлением новых и вытеснением старых понятий и категорий. Отсюда еще одна задача лингвистики текста, а именно: необходимость соотношения новых и старых понятий друг с другом, определения их места в системе лингвистического знания.

В связи со сказанным, выход в свет книги В. Е. Чернявской «Текст в медиальном пространстве» можно оценить как значительное событие. Общее направление анализа текста учитывает его семиотическую гетерогенность и медиальную комплексность, но осуществляется при этом с позиций лингвистики текста, а не семиотики и культурологии. Открыв текст в широкое дискурсивное над- и вокругтекстовое пространство, автор обращает наше внимание на характеристики самого этого пространства, которые оказываются небезразличны для интерпретации содержания текста. Казалось бы, такая постановка вопроса возвращает нас к известной идее о содержательности формы и

оформленности содержания. Специалисты знают, что неразделимое единство формы и содержания, нарушение которого ведет к нарушению целостности текста, долгое время считалось прерогативой художественной литературы. В отношении других сфер использования языка считалось, что форма текста (научного, технического, дидактического и т. д.) может быть изменена без всякого ущерба для его содержания.

Однако техногенные процессы в современной коммуникации, появление все новых форматов передачи информации обусловили появление нового направления в исследовании, который обозначен в книге как «медиаальный переворот».

«Медиаальный» трактуется автором, во-первых, как способ передачи информации или форма коммуникативного канала. В этом значении используется также термин «медиаальный формат». Во-вторых, медиаальность связывается с кодом в широком семиотическом смысле. В. Е. Чернявская подчеркивает, что код как система условных знаков и канал информации / ее материальный носитель связаны друг с другом настолько, что элементы материального носителя могут становиться элементами кодовой системы, с помощью которых кодируется сообщение (пример — произведения живописи).

«Медиаальный» поворот переосмысливает вопрос о соотношении мыслительного содержания и форм его материального выражения. Медиаальный (формат) и ментальный (мыслительное содержание) диалектически взаимообусловлены. Ментальное не является индифферентным по отношению к медиаальному формату, материализующему его в коммуникации. В свою очередь, специфика медиаального формата влияет как на формирование, структурирование и презентацию мыслительного содержания, так и на его восприятие адресатом.

В фокусе исследовательского интереса оказываются так называемые поликодовые тексты, семиотическая гетерогенность которых обусловлена технической осложненностью (мультимедийностью) средств массовой коммуникации. Впрочем, как пишет автор, мультимедиаальность свойственна человеческой коммуникации как таковой, достаточно сослаться на значение интонации и паравербальных средств для устного дискурса. Поэтому было бы ошибкой сводить медиаальность к медийности, имеющей отношение к техническому носителю информации. Как подчеркивает автор, понятие «медиаальный формат» включает как канал для передачи информации, так и код (вербальный, изобразительный, звуковой, цветовой) и правила кодирования этой информации.

Приведенные рассуждения делают убедительным вывод о том, что современные исследования в области текстуальности в частности и коммуникативных процессов в целом невозможны без учета материальной специфики коммуникации, ее медиаального аспекта.

Большая часть учебника посвящена рассмотрению поликодового текста и поликодовой коммуникации. В своих рассуждениях В. Е. Чернявская рассматривает ряд существующих терминов, которые используются для осмысления текстовой гетерогенности, таких, как *коммуникат* и *креолизованный текст*, — и приходит к выводу, что для обозначения текста как когерентного целого наиболее органичным и целесообразным является использование тер-

мина «поликодовый текст». Термин «поликодовость» указывает на особый характер соединения формата с когнитивным содержанием, дающий особое качество текстуальности.

Визуализация коммуникативного сообщения выдвигает на передний план эстетическую функцию языка (в известной функциональной модели коммуникации Р. Якобсона она именуется как поэтическая), которая ориентирована на само сообщение (его форму) ради него самого, а не ради референта, адресанта и адресата. Эстетическая функция связывается прежде всего с художественной литературой, однако следует признать, что эстетизация как опора на форму охватывает сегодня практически все сферы коммуникации. При этом следует признать, что сам медиальный формат обладает значительным эстетическим потенциалом.

Принципиально значимо, что поликодовость в толковании В. Е. Чернявской не сводится к визуализации: техногенные процессы в коммуникации привели к осложнению самого феномена текста, смысловая целостность которого включает в себя структуру, фактуру, внешний дизайн. Игра с формой смещает акцент на интерпретацию, обостряет и интенсивирует ее. Проводя параллели между игрой с формой в изобразительном искусстве и игрой с формой в современной массовой коммуникации, автор показывает, что в нехудожественной коммуникации визуализация служит в первую очередь утилитарным целям, а именно, оптимизации коммуникации и побуждения адресата к осуществлению посткоммуникативных действий.

В учебнике представлен текстовый материал, анализ которого эксплицирует способы взаимодействия изобразительных и вербальных знаков в поликодовом тексте. Интерпретация каждого текста убедительно демонстрирует зависимость ментального и медиального аспектов смыслопорождения, значимость материального формата для выражения ментального содержания. При этом ментальное понимается широко как рациональное в связи с аффективно-чувственными моментами (мысль, мнение, оценка, эмоции, намерение, мотив и т. п.). Медиальное пространство создает различные ограничения при «оформлении» ментального содержания в текстовое сообщение. Медиальный формат релевантен для формообразования. Неоднородность (гетерогенность) формы становится стилевой доминантой, что говорит о ее значимости для реализации коммуникативной стратегии автора, воздействующего на адресата и направляющего его оценки.

Оценивая концепцию в целом, равновесность ее удавшихся и открытых для дискуссии сторон, обращаю внимание на вопрос, оставшийся не вполне сфокусированным. Анализируются поликодовые тексты, медиальный формат которых связан в основном с печатным носителем (рекламные плакаты, репродукция, коллаж и др.). Само же название книги «Текст в медиальном пространстве» делает заявку на рассмотрение текста в широком медиальном пространстве. Именно поэтому читатель, рассчитывавший узнать о поликодовых текстах в других, более «продвинутых», медиальных форматах (Интернет-коммуникация, телевидение, радио), может испытать разочарование, не найдя подробного анализа в этой связи. Собственно анализ гипертекста и литературы представлен в минимальном объеме, а ведь именно в этой области сегодня заметен пробел в качественных научных и учебных публикациях.

Тем более что само существование текста все более уходит в виртуальное пространство — и адресат, и адресант становятся субъектами этого пространства. Зная способность автора чутко реагировать на актуальные процессы в коммуникации, могу предположить, что заинтересованного читателя еще ждут публикации, в которых будут проанализированы и обобщены особенности процессов текстопорождения и текстовосприятия, связанных с расширением медиального пространства, в котором протекает коммуникация.

Представленная книга профессора В. Е. Чернявской является учебником. В него включены разнообразные тексты для анализа и задания к ним. Одновременно с этим подчеркну, что рецензируемая книга представляет интерес не только как учебное пособие. Ее можно, безусловно, рекомендовать лингвистам, специалистам в области теории коммуникации и культурологии, так как книга отвечает на вызовы времени, предлагает новые ответы на многие сложные вопросы лингвистики текста и лингвистики дискурса, намечает перспективы дальнейшего развития науки о человеческом общении, ключевым звеном которого является текст.

ХРОНИКА

УДК 81'42,
ББК 81.2,
ГРНТИ 16.21.55,
КОД ВАК 10.02.19

Е. С. Кара-Мурза
Москва, Россия

РЕЧЕВЫЕ ЖАНРЫ КАК КИРПИЧКИ ЗДАНИЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

В публикации содержится отчет о проведении на кафедре речевой коммуникации СПбГУ III международного научно-практического семинара по медиалингвистической проблематике. Семинар был посвящен речевым жанрам как аналитическому и обучающему феномену.

Ключевые слова: *медиалингвистика, медийная жанрология, праксиологический подход, систематика медиажанров.*

Елена Станиславовна Кара-Мурза, кандидат филологических наук, доцент факультета журналистики Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова.
129626, г. Москва, Рижский проезд, д. 9, кв. 88.
E-mail: kara-murza-elena@yandex.ru.

© Кара-Мурза Е. С., 2014

За последние несколько лет такое актуальное направление мировой науки, как изучение языковых и речевых аспектов массмедиа (media studies в западной традиции, медиалингвистика — в работах Т. Г. Доброклонской и других отечественных ученых), укоренилось в научной жизни, получило всероссийскую и международную информационную поддержку и было введено в институциональные рамки. Большую роль в этом сыграл коллектив кафедры речевой коммуникации СПбГУ. С декабря 2010 г. на этой кафедре начал работать международный научно-практический семинар, посвященный проблематике медийного речеведения; в ноябре 2012 г. при поддержке руководства факультета журналистики СПбГУ на сайте Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций был организован проект «Медиалингвистика — XXI век»; а на XV Международном съезде славистов в Минске в августе 2013 г. была создана международная комиссия по медиалингвистике, председателем которой утверждена заведующая кафедрой профессор Л. Р. Дускаева. 19 марта 2014 г. на V Международном конгрессе «Русский язык: исторические судьбы и современность» уже в рамках деятельности этой комиссии был организован семинар «Речевая практика в массмедиа». А 21 марта 2014 года под ее эгидой в Институте «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета прошел III международный семинар; его тема — «Речевые жанры в массмедиа».

Как постоянный участник семинаров и автор веб-сайта «Медиалинг-

вистика — XXI век», хочу поделиться своими впечатлениями от мартовского петербургского семинара.

Его участниками стали представители коммуникативистики СПбГУ, МГУ, РГГУ, РНУ; в Петербург приехали российские исследователи из Перми и Барнаула, Челябинска и Красноярска, Томска и Архангельска, а также коллеги из Гродненского государственного университета и Белорусского национального технического университета. А «география» авторов одноименного сборника, который был подготовлен к семинару и стал третьим в серии «Медиалингвистика», была еще шире; в нем есть работы ученых из Польши и Приднестровья, Украины и Белоруссии, а также из многих российских городов — от Твери, Владимира, Иванова, Саратова до Грозного, Якутска и др.

Событием стало выступление на пленарном заседании основоположницы медиалингвистики профессора Т. Г. Добросклонской (факультет иностранных языков и регионоведения МГУ); она прочитала методологический доклад «Типологическое описание медиатекстов в системе медиалингвистики». Задавая новый тренд в медиалингвистике, с программным докладом «Категория речевого жанра в лингвопраксиологической перспективе» выступила Л. Р. Дускаева (факультет журналистики СПбГУ). Весьма содержательными были доклады профессоров: И. В. Анненковой — «Система жанров и форматов современного политического медиадискурса» (факультет журналистики МГУ), Н. Е. Сулименко — «Жанровая система как „образ времени“: полидискурсивность современных текстов массмедиа» (филологический факультет РГПУ им. А. И. Герцена), М. И. Конюшкевич — «Об одном виде речевого жанра “поздравление”» (филологический факультет Гродненского госуниверситета им. Янки Купалы) и Т. Н. Марковой — «Жанровые трансформации в современной прозе (поиск контекста для описания эволюции медиажанров)» (филологический факультет Челябинского госпедуниверситета).

В рамках семинара прошли также две панельные дискуссии. Одна из них называлась «Речевой жанр как тип медиатекста»; на ней выступили проф. Е. Н. Басовская с докладом «Жанры «Заметок» и «Почты Крохобора / Буквоеда» в истории отечественной медийной лингвоэкологии» (факультет журналистики РГГУ), проф. Е. В. Осетрова — «Речевой жанр отзыва в коммуникативной практике Интернет-сообщества» (филологический факультет Красноярского госуниверситета); доц. Е. С. Кара-Мурза — «Формы и жанры русской коммерческой рекламы» (факультет журналистики МГУ). Другая секция — «Речевой жанр как лингвостилистический феномен»; на ней выступили профессора Н. Н. Нестерова с докладом «Динамические процессы в этикетных речевых жанрах на радио» (филологический факультет Томского государственного университета); Т. В. Чернышова — «Дискредитирующие речевые жанры в медиадискурсе: разнообразие наполнения жанровых форм» (факультет филологии и журналистики Барнаульского государственного университета); Н. В. Данилевская — «Женский журнал как гипержанр современной медиакommunikации» (филологический факультет Пермского государственного университета); доц. Л. М. Гончарова — «Рекламный текст в структуре массмедиа: к вопросу о типологии жанров» (Российский новый университет).

Работа семинара по доброй традиции завершилась культурным мероприятием — посещением петербургских театров. Благодарственные отзывы участников были размещены на сайте «Медиалингвистика — XXI век».

Семинар стал важным этапом становления медиалингвистической парадигмы, конкретнее — области «медийная жанрология», которая, согласно концепции Т. В. Шмелевой, является одним из конститутивных сегментов медийного речеведения, наряду с тремя другими — сферологией, фактурологией и персонологией. Принципиальные вопросы жанроведения были поставлены не только в докладах, но и в публикациях коллег, которые не смогли приехать на семинар: М. Войтак (Институт филологии Польского университета Марии Склодовской-Кюри, Люблин), Т. В. Шмелевой (факультет журналистики Государственного университета им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород) и В. А. Салимовского (филологический факультет Пермского национального исследовательского университета).

В докладе Л. Р. Дускаевой на этом семинаре был озвучен новый — праксиологический — подход к изучению речедетальностных аспектов массмедиа. Он предложен в развитие ее диалогической концепции речевых жанров в журналистике, кратко изложенной в сборнике «Речевые жанры в массмедиа». Праксиология — учение польского философа Я. Котарбиньского о принципах и способах эффективной и этичной организации любой деятельности (в том числе речевой) — обогащает медиалингвистику концептуально и инструментально, потому что ставит в центр внимания проблематику результативного взаимодействия и воздействия в массмедиа и позволяет осмыслить ряд феноменов как, с одной стороны, инструменты и средства медийных речевых практик, а с другой — как способы обучения профессии, включая деонтологию, как инструменты обучения журналистскому мастерству.

Таким инструментом и предстает система речевых жанров — эта идея звучала в выступлениях на III Международном семинаре и в публикациях третьего медиалингвистического сборника; она представляется основным итогом этого важного научного события.

Интенсивное развитие массовых коммуникаций воплощается в обновлении прежних и в возникновении новых медиажанров, под которыми можно понимать специфические способы отображения социальной действительности и коммуницирования, закрепленные в качестве профессиональных стандартов, получившие терминологическое обозначение в коммуникативистике, а также изучаемые в медиалингвистике и других вариантах дискурсивно-коммуникативной науки. Понятие жанра относится к «зонтичным» — оно используется в разных научных дисциплинах: в филологии и искусствознании, применяется к изучению разных видов коммуникативной продукции, в том числе словесной: «бахтинских» речевых жанров, жанров медиальных и литературно-художественных. Многими авторами сборника отмечена лабильность жанров, равно как релятивность исследовательских подходов в этой междисциплинарной области. Пока не сложилась удовлетворительная макросистема коммуникативной таксономии; хотелось бы, чтобы она была одновременно универсальной и специализированной, чтобы в ней были последовательно отражены базовые модели речевых произведений — от простейших, минимальных (т. е. высказываний) до все более сложных, составных (каковые и могут быть с наибольшим основанием названы речевыми жанрами) и чтобы она задавала логику классификации и

жанров «продвинутых»: институциональных, в том числе медийных, и художественных (тех и других — как в профессиональном, так и в любительском исполнении).

Характеризуя речевые жанры как разноплановые репродуктивные формы текстовой деятельности, как образцы эффективного речевого взаимодействия в журналистском дискурсе, который, в свою очередь, предстает как речевое воплощение социального ориентирования аудитории в трех направлениях: информировании, оценочном диагностировании и стимулировании социальной активности, Л. Р. Дускаева говорит о воспроизводимости этих форм, что подразумевает обучаемость их авторов. По мнению Е. С. Кара-Мурзы, изучение феномена жанра в вузовской медиалингвистике важно потому, что это один из основных классифицирующих параметров, характеризующий текст одновременно с точки зрения механизмов создания и восприятия»; в подкрепление своих слов она сослалась на мнения журналиста-исследователя А. В. Колесниченко и рекламиста-исследователя И. Имшинецкой. А в статье В. И. Конькова «Принципы классификации системы жанров: острова стабильности» сложности типологизации медиажанров рассмотрены «в плане обучения студентов-журналистов».

Соответственно, главное следствие из прагматического подхода к медиалингвистике видится в возможности превращения медийного жанроведения в прикладную вузовскую дисциплину, нацеленную на обучение креативным умениям в разных медиасферах и в единицах / терминах, соответствующих потребностям конкретных медиапрофессий. Это полностью отвечает «компетентностному повороту» в мировой и российской образовательной идеологии; и это способно компенсировать некоторую схоластичность нынешнего преподавания родного языка в медиавузах.

Выступления на семинаре показали как достижения медийного жанроведения, так и лакуны в нем, а публикации в сборнике подтвердили мнение рецензента о том, что в таксономическом «блоке» медиалингвистики вокруг понятия жанр предстоит большая работа. Полипарадигмальность данного направления, специфицируемого по объекту, а не по методу, являет свои минусы — они обусловлены неполной «конгруэнтностью» между, во-первых, лингвистическими дисциплинами, на которые опираются медиаисследования: функциональной стилистикой, лингвистическим жанроведением «по Бахтину», лингвистикой текста, риторикой, семиотикой и др., а во-вторых, между лингвистической составляющей в целом, ориентированной на анализ медиатекстов в терминах, довольно далеких от «языка практики», и вузовской коммуникативистикой (иначе — медиалогией). Эта последняя работает непосредственно на обучение медиакреативу в спецсеминарах и профстудиях и диверсифицирована в соответствии с такими речедеятельностными сферами, как журналистика (в ее разновидностях), коммерческая и политическая реклама; корпоративный и политический пиар; предвыборная коммуникация. При этом в каждой из них имеются свои исторически сложившиеся многомерные классификации продуктов творчества, в которых используется как иерархический принцип, так и принцип дополнительности.

Терминопотребление на семинаре и в сборнике (включая наличие или отсутствие дефиниций в изложении) обнаружило, на наш взгляд, несколько

«узких» или «темных мест». Возникли вопросы о содержании базовых таксономических понятий медийного речеведения и медиалогии: как соотносятся феномены речевого жанра и медиажанра? Является ли креолизованный текст самостоятельной жанровой формой? Что такое гипержанр современной медиакommunikации, стоит ли применять это понятие к женскому журналу или здесь достаточно понятия «тип издания»? Правильно ли характеризовать радиоклуб термином жанр или здесь уместнее будет термин формат? И вообще, что такое формат и в чем его отличие от жанра? Каково соотношение публицистического стиля и журналистского дискурса? Эти вопросы уже стояли на повестке дня в вузовском медиаобразовании — вокруг них в 2009–2010 гг. была организована дискуссия на факультете журналистики МГУ, были получены определенные научные результаты. Но очевидно, что эта проблематика не исчерпана и нуждается в расширенном обсуждении — теперь в рамках медиалингвистики.

Однако все вопросы и сомнения не могут служить аргументом против того, чтобы постараться сделать медиалингвистику лингвокреативной дисциплиной, т. е. такой, где учат тексты писать, а не только анализировать, и против того, чтобы понятие речевого жанра стало в ней единицей обучения, а не только наблюдения. В целях этого представляется необходимым и возможным создание целостной и непротиворечивой концепции медиажанров, обязательно с опорой на ингерентное жанроведение, разработанное в теории журналистики, в рекламоведении и в пиарологии. Одновременно нужна методическая отработка речевых действий, в ходе которых в разных сферах журналистики создаются типичные содержательные блоки — речевые жанры, уже описанные в монографии Л. Р. Дускаевой; ср. с традиционной универсальной единицей обучения связной речи — способом изложения / функциональным типом речи.

Это предстоит сделать в интересах разных «потребителей» интеллектуальной продукции: во-первых, ближайших — коллег-медиалингвистов, в кругу которых создается концептуальный и методический инструментарий и которые являются его пользователями и распространителями в академической и в вузовской среде, а во-вторых и в-главных — потребителей конечных, т. е. студентов, для которых этот инструментарий предназначен, а также действующих медиаспециалистов. Тогда медиалингвистика избежит участи многих направлений, особенностью которых является герметичность, «зацикленность» на добывании знаний в терминах, интересных только в научном сообществе, но не релевантных ни для учащихся, ни для культурной общественности. Тогда деятельность медиалингвистов будет реально полезной для обновляемого высшего образования, для развивающейся отечественной медиасистемы.

УДК 81.38'42.
ББК 81.411.2-5+74.268.12. Р 89.
ГРНТИ 16.21.55; 16.21.61.
КОД ВАК 10.02.01.

Н. С. Болотнова

Томск, Россия

**«МЫ СОХРАНИМ ТЕБЯ,
РУССКАЯ РЕЧЬ...»**

(об итогах VIII международной
научной конференции в Томске)

В статье рассмотрена основная проблема-тика докладов VIII Международной научной конференции «Русская речевая культура и текст», посвященных разработке теоретических и прикладных аспектов русской речевой культуры и текстовой деятельности, вопросам формирования языковой, коммуникативной и лингвокультурологической компетенции школьников и студентов. Представлен обзор исследований, посвященных современному состоянию русской речевой культуры и ее истории, новым направлениям в изучении текста, особенностям русской языковой картины мира и ее отражению в текстовой деятельности в разных сферах общения.

Ключевые слова: *русская речевая культура, текст, дискурсивные практики, современная языковая ситуация, картина мира, концептосфера, коммуникация, методика обучения.*

Нина Сергеевна Болотнова, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой современного русского языка и стилистики Томского государственного педагогического университета.

634061. г. Томск, ул. Киевская, 60.

E-mail: nisb@sibmail.com

© Болотнова Н. С., 2014

Современные тенденции в лингвистике и сфере языкового образования стимулируют поиск новых подходов к осмыслению русской языковой картины мира, изучению различных дискурсивных практик, разработке новых ориентиров в исследовании языковых личностей разных типов, созданию новых технологий обучения речевой культуре и текстовой деятельности. Все это определило тематику и проблематику VIII Международной научной конференции «Русская речевая культура и текст», которая была организована кафедрой современного русского языка и стилистики Томского государственного педагогического университета и проходила 17–18 апреля 2014 г.

Очное и заочное участие в качестве докладчиков и авторов статей сборника по итогам конференции приняли 72 чел. из 20 городов России, Казахстана, Украины, Китая. В работе двух пленарных и восьми секционных заседаний участвовали 110 человек, включая ученых, аспирантов, магистрантов, методистов, учителей, студентов из 40 различных образовательных учреждений (вузов, лицеев, гимназий, школ).

В выступлениях и статьях исследователей нашли отражение различные подходы к анализу публицистических, художественных, научных, деловых, эпистолярных и др. текстов, осмысление истории и современного состояния русской речевой культуры, изучение различных элементов текстов разных типов с учетом их семантики и прагматики, разработка методических аспектов современного преподавания русского языка на основе теории текста, вопросы обучения искусству слова учащихся и студентов в соответствии с современными требованиями.

Интерпретация медиакартины мира как инварианта языковой картины мира представлена в докладе И. В. Анненковой. О. В. Орлова посвятила свое выступление проблеме динамического изучения медиаконцепта как когнитивного феномена. Особенности осмысления феноменов правда / ложь в русской картине мира с помощью дискурсивных антонимов были рассмотрены в исследовании В. В. Лабутиной. О специфике языковой картины мира медицинского работника шла речь в выступлении А. Г. Балобановой.

Актуальные проблемы современной русской речевой культуры нашли отражение в работах Е. В. Лукашевич, исследовавшей культуру общения официальных лиц с гражданами в ответ на их обращения; Г. А. Копниной, рассмотревшей этические аспекты псевдокреативной деятельности некоторых журналистов. Анализу активных процессов в современной русской медийной и разговорной речи, отраженной в СМИ и Интернете, было посвящено исследование Т. Ю. Редькиной. Рассмотрение речевых технологий как основы профессиональной речевой культуры журналиста нашло отражение в работе В. И. Конькова. В докладе Н. Н. Кошкарновой исследован и описан в качестве нового жанра политической коммуникации *разговор с президентом*.

Направление «История и современное состояние русской речевой культуры» было представлено на конференции исследованиями, посвященными народной речевой культуре, включая изучение названий частей растений в говоре, отражающих особое поэтическое мировидение носителей диалекта (О. И. Блинова), освещение в диалектных текстах этнокультурной информации, связанной с историей жизни, особенностями быта, духовной и материальной культурой донских казаков (Р. И. Кудряшова); анализу риторических и лингводидактических аспектов жанра торжественной проповеди Илариона Киевского в произведении «Слово о Законе и Благодати» (Т. В. Луговская).

Анализу разных аспектов отражения мировидения русской языковой личности в дискурсивных практиках были посвящены исследования по направлению «Русская языковая картина мира и ее отражение в текстовой деятельности». Основная их часть была связана с изучением репрезентированных в художественном дискурсе концептов: анализу этнического фрагмента русской языковой картины мира на материале текстов пермской исторической прозы была посвящена работа Т. А. Сироткиной; особенности вербализации концепта *память* в лирике Н. С. Гумилева рассмотрены в докладе С. М. Карпенко; исследование концепта *смерть* в проповеднических текстах А. Сурожского представлено в работе Т. Е. Яцуга; изучение метафорического воплощения образа ягоды в русской языковой картине мира нашло отражение в докладе А. В. Боровковой. Проблемам визуализации образов в поэзии Б. Л. Пастернака было посвящено выступление Л. Б. Крюковой и А. В. Двизовой, вопросы лингвистической перцептологии на материале номинаций восприятия получили освещение в докладе С. С. Кузнецовой. Таким образом, русская языковая картина мира получила в исследованиях участников конференции многоаспектное освещение в проекции на разные дискурсивные практики.

Секция «Современные направления в изучении текста и языковой личности» была представлена материалами, отражающими новые тенденции в развитии современной отечественной юрислингвистики и стилистики, связанными с дальнейшей разработкой таких ее направлений, как коммуникативная стилистика текста (Н. С. Болотнова), интенциональная стилистика (Л. Р. Дускаева), стилистика художественной речи (Е. В. Сергеева). Обоснованию интенционально-стилистического подхода к исследованию медиатекстотипов (медиадискурсов) посвящена работа Л. Р. Дускаевой. В исследовании Е. В. Сергеевой, наряду с традиционными в стилистике художественной речи, выделено направление, нацеленное на изучение художественного концепта как составляющей языковой картины мира автора.

Анализу понятия *доминанта* в текстовой деятельности и тексте с позиций коммуникативной стилистики был посвящен доклад Н. С. Болотновой. Дальнейшая разработка в рамках данного направления теории регулятивности текста (регулятивных стратегий, регулятивных средств и структур, способов регулятивности) нашла отражение в выступлениях Н. Г. Петровой, В. В. Благова, О. Л. Кабаниной. Вопросы типологии информационно-медийной языковой личности как личности нового типа были рассмотрены в докладе А. В. Болотнова.

Среди новых подходов к изучению текста и языковой личности, представленных на конференции, отметим подход с позиций криминалистической диагностики характеристик личности, которому были посвящены исследования А. В. Громовой, В. А. Мишланова и Е. С. Тарарухиной.

Секция «Анализ различных дискурсивных практик в коммуникативно-когнитивных аспектах» была представлена на конференции тремя блоками исследований, связанных с изучением медиадискурса, художественного дискурса и других дискурсов (эпистолярного, научного, делового, профессионального). Все это является ярким показателем того, что современный этап в развитии отечественной лингвистики характеризуется усилением внимания к речевой деятельности личности, к ее различным дискурсивным практикам.

Анализируя массмедиа, исследователи выявили и описали разновидности политического дискурса в Рунете (В. А. Салимовский, Д. В. Яруллин), коммуникативные тактики и стратегии в современных политических Интернет-статьях (А. Е. Ерохина), средства речевого воздействия в политическом дискурсе (О. Ю. Звонарева), особенности медиадискурса журналиста (А. А. Каширин) и диалога власти и общества (М. А. Ширинкина); акцентировали внимание на двусмысленности в современных медиатекстах (М. А. Южанникова). Некоторые доклады были посвящены региональному медиадискурсу: изучению концепта правда в материалах газеты «Кузнецкий рабочий» 1980-х годов (И. А. Пушкарева), исследованию стилистического своеобразия Приложения «АиФ в Томске» (Н. В. Камнева).

Отдельный блок исследований, представленных на конференции, был связан с анализом художественного дискурса в его разных жанровых разновидностях. Описанию одной из тактик создания модальной перспективы в прозе Ю. Нагибина, Ю. Казакова, Ю. Трифонова была посвящена работа Т. А. Бочкаревой. Вопросы концептуализации жанра интернет-миниатюры стали объектом изучения А. А. Плотниковой. Фанфикшн как лингвокультур-

ный феномен был рассмотрен в докладе О. В. Орловой и Е. П. Кузьминой. Особый интерес авторов вызвала проблема интерпретации художественных произведений, включая освещение общих теоретических вопросов (В. Н. Гончаренко) и особенностей интерпретации разных жанров: рассказа (Н. А. Родионова) и стихотворения (Е. В. Луговская).

Внимание исследователей привлекли и другие типы дискурсов: эпистолярный, научный, деловой, профессиональный. Особенности функционирования эпистолярных текстов в сфере юридической коммуникации был посвящен доклад А. В. Курьянович. Частные письма А. С. Эфрон стали объектом анализа в выступлении А. В. Снигиревой. Стилистические особенности жанра рецензии были рассмотрены в докладе Е. А. Баклановой. В других исследованиях освещались актуальные вопросы, связанные с описанием эвристического научного метаязыка (Р. И. Стеванович), взаимосвязью разговорного и профессионального дискурсов в речи врача (С. Ф. Галкина), интонационными особенностями деловых переговоров в русском и английском языках (О. А. Головнева).

На секции «Семантика и прагматика текста и его единиц» обсуждались вопросы, связанные с функционально-прагматическим изучением различных элементов в текстах разных типов, связанных с разными сферами общения и дискурсивными практиками. Анализу экзотизмов в художественном тексте было посвящено исследование Л. Г. Самотик; изучение метафоры «вкусный» в разных дискурсах нашло отражение в работе Е. А. Юриной; в докладе Т. Ф. Глебской были рассмотрены функции лирического отступления в художественном тексте, в выступлении Ван Синхуа и А. В. Курьянович были представлены способы освоения жаргонизмов иностранцем; в исследовании С. В. Лобановой — функции синлексики в текстах разных типов; семантические особенности лексемы «школа» в художественных текстах XIX века стали объектом анализа в докладе В. И. Шенкман; особенности использования союзов «а» и «но» в диалогических единствах нашли отражение в работе Т. В. Панкратовой. Исследование В. Д. Черняк было посвящено функционально-прагматическому анализу однословных надписей, вывесок и других мини-текстов в лингвокультурном пространстве города Санкт-Петербурга.

На секции «Проблемы обучения текстовой деятельности в школе» были представлены доклады, посвященные дискуссионному вопросу введения сочинения в школьную практику (Л. Р. Алгина); актуализации ассоциативной деятельности школьников в обучении текстообразованию (Л. А. Безменова); использованию современных образовательных технологий в развитии текстовых компетенций учащихся (Е. Н. Ковалевская; А. В. Гайворонская; Е. В. Кузьменко); проблемам диагностики лингвокультурологической компетенции обучаемых (Н. А. Судакова) и вопросам оценивания их текстовой деятельности (М. И. Ломакина).

Направление «Проблемы обучения русской речевой культуре в вузе и школе» включало доклады, посвященные описанию уровневого обучения русскому языку как иностранному в техническом вузе (А. Б. Туманова), различным методикам формирования коммуникативной компетенции школьников, включая работу со словом (Е. В. Бурцева), использование обучающих дик-

тантов (Е. А. Дьякова), средств театральной педагогики (Л. В. Медведева), дидактического потенциала лингвистической сказки (Е. И. Янович), эвристических возможностей метапредметной деятельности как средства развития речи обучаемых (И. И. Подрезова) и диалоговых технологий (Н. Б. Соколова).

В целом исследователи из разных городов России и зарубежья представили не только чрезвычайно разнообразный языковой материал, но и многообразие подходов к его изучению. Русская речевая культура и текст были рассмотрены исследователями в коммуникативно-деятельностном, жанрово-стилистическом, когнитивно-дискурсивном, лингвокультурологическом, лингвопрагматическом, социокультурном, лингвоперсоналогическом и лингвометодическом аспектах. С этим связана теоретическая и практическая значимость представленных работ.

Обсуждение всех докладов проходило в теплой и конструктивной обстановке. Участники конференции отметили высокий научный уровень прозвучавших докладов, отличную организацию работы конференции, выразив сердечную благодарность организаторам — кафедре современного русского языка и стилистики. По итогам конференции издан сборник материалов, который был вручен участникам на заключительном пленарном заседании.

Очередную IX Международную научную конференцию «Русская речевая культура и текст» решено провести в Томском государственном педагогическом университете в 2016 году.

Liliya R. Duskaeva
St.-Petersburg, Russia

**MEDIALINGUISTICS IN RUSSIA:
LINGUISTIC PRAXEOLOGICAL DOMINANT**

In the article the linguistic praxeological vector of analysis is considered as a backbone of modern Russian mediallynguistics. The article reflects the most important features of this approach: the subject, the key categories, the analytical procedures. It is shown that, along with the thrust of these researches to the study of language functioning in different situations of professional media communication, these researches are distinguished by a description of the interest of effective professional verbal behavior. This in turn makes extensive use of typological method, however, to establish the criteria of effective individual speech acts or their aggregates in professional verbal behavior in the media environment.

Key words: mediallynguistics, linguistic praxeology, intentional stylistics.

About the author: Lilia Rashidovna Duskaeva, Doctor of Philology, Professor, Managing Chair of speech communication of St.-Petersburg State University.

199004, St.-Petersburg, 1st Line V. O., 26, room 703.

E-mail: lrd2005@ya.ru.

Б. Скворонек
Краков, Польша

**МЕДИАЛИНГВИСТИКА.
ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД
К ИССЛЕДОВАНИЮ ЯЗЫКА И МЕДИА**

В статье медиалингвистика рассматривается как субдисциплина языкознания, имманентно связанная с медиаведением и культурологией. Таким образом, это проект междисциплинарный, полиметодологический, открытый для множества исследовательских путей. Автор рассматривает язык не только как знаковую систему (лексикон вместе с грамматикой), но прежде всего как элемент когнитивных структур, функционирование которых зависит от внешних контекстов, в особенности культуры, а в современных условиях информационного общества — прежде всего культуры медийной. Медиалингвистика определяется как критическая лингвистика, то есть лингвистика, пользующаяся исследовательскими процедурами, свойственными «критическому анализу медийного дискурса».

Ключевые слова: медиалингвистика, язык, массмедиа, культура, критический анализ дискурса.

Об авторе: Богуслав Скворонек, профессор филологического факультета Педагогического Университета в Кракове, 30-084, Cracow, ul. Podchorążych 2, Польша.
E-mail: bosko@up.krakow.pl.

B. Bogolebska

Lodz, Poland

STYLISTIC PECULIARITY OF WOJCIECH TOCHMAN`S REPORTAGES

Tochman is an exponent of polish school of literary reportage and an author of 7 collections of reportages. The article is characterized by writer`s idiolect. Tochman`s style is distinguished by colloquialism, enumeration, parenthesis, mimetic and naturalistic aesthetics, syntactic parallelism, series of questions, local colour, verbs of motion, terse style, interjections, metaphor and other means of expression. The journalist put texts into text. He takes up the important topics. His texts are artistic, reflective and timeless. The reporter aims at esseisiation, summary and condensation.

Key words: *style, text, reportage.*

About the author: Barbara Bogolebska, PhD., Professor, Head of the Department of Journalism and Social Communication Faculty of Philology University of Lodz.

90-456 Łodz, Piotrkowska st., 249, kw. 13.

E-mail: bogo@go2.pl.

V. I. Ivchenkov

Minsk, Belarus

**LEARNING A JOURNALISTIC TEXT AS A SOCIAL ACTION:
THE ROLE OF STYLISTICS**

The article deals with the interdisciplinary nature of journalism as a sphere of scientific knowledge, identifies the problem field of integration of journalistic research media with discourse analysis, determines the ontology of such interaction, reveals the connecting role of stylistics in the study of linguistic facts as social actions.

Key words: *journalism, rhetoric, style, text, media discourse analysis.*

About the author: Viktor Ivanovich Ivchenkov, PhD., professor, Head of stylistics and literary editing Institute of Journalism of the Belarusian State University. 220004, Republic of Belarus.

Minsk, Kalvariyskaya st., 9, room 407.

E-mail: diskurs03@mail.ru.

Д. Бжозовска
Ополе, Польша

ГЕНДЕРНАЯ ДИСКУССИЯ В ПОЛЬСКИХ МАССМЕДИА

В фокусе статьи — значение гендера, его функционирование, развитие и доминантная роль в медиасфере в 2013 году и в первые месяцы 2014 года. Тема представляется важной, поскольку она связана с дискуссиями о месте женщин и мужчин в обществе, которые не прекращаются со времени крушения коммунистической системы. Кроме этого, тема связана с языковым сексизмом, феминизмом, политической корректностью и отношением к сексуальным меньшинствам. В настоящий момент данные темы постоянно присутствуют в масс-медиа; внимание к ним связано с разрушением многолетнего табу, которое, по мнению части общества, следовало бы, напротив, усилить. Таким образом, в пользу социальной значимости темы говорит то, что её обсуждение отражает множественность взглядов людей и социальных групп, участвующих в дискуссии.

Ключевые слова: *массмедиа, гендер, Польша, язык, дискурс.*

Об авторе: Дорота Бжозовска, доктор филологических наук, профессор Института польской филологии Опольского Университета.
45-040, Ополе, пл. Коперника, 11.
E-mail: dbrzozowska@uni.opole.pl.

Maria Wojtak
Lublin, Poland

ABOUT GENRES OF SPEECH AND THEIR PRESS REALISATIONS

The author treats genres of speech as models of text organization, i. e. abstract entities organised internally in patterns involving four aspects (structure, semantics, pragmatics and stylistics). Genres recognized in this manner are capacious categories because of their cultural, historical and communication determinants. Most of genre patterns are flexible categories with varying degrees of normativity. Genres are usually polymorphic phenomena. A set of variants of a genre pattern treated as a model includes: a canonical variant, determining the identity of the genre, alternative variants and adaptive variants, i. e. genre loans. Conventions of particular genres in this regard appear in various arrangements. There are genres with a full range of options, the ones including a canonical and alternative variants or only adaptations. Genres may have movable boundaries and be of transgressive nature. Press genres have flexible patterns, now shaped by the usus of journalists. They are extremely dynamic and continually modified in text realisations. The identity of many genres in this sphere is determined by their structure. Other parameters are transformed through the operation

of various discursive strategies. Authors of press releases are trying primarily to intrigue or entertain the receiver. The function informing about current facts or events, and the function of shaping of an opinion recedes into the background. The richness of text specimens is accompanied by some model regulations, yet so obscure that the receiver could get the impression that genres become obliterated or even disappear.

Key words: *press, discourse, press discourse, genre of speech, press genres.*

About the author: Maria Wojtak, PhD, The Chair of the Polish language history and dialectology, The Maria Curie-Skłodowska University in Lublin.
20-031, Lublin, Marii Curie-Skłodowskiej st., 5.
E-mail: maria.wojtak@neostrada.pl.

M. Yu. Kazak
Belgorod, Russia

MODERN MEDIA TEXTS: ISSUES OF IDENTIFICATION, DELIMITATION AND TYPOLOGY

The paper focuses on the media text as a core category of media linguistics which possesses a set of universal and unique features. The specific features of the media text are the mass character, mediativity (which means it is mediated by technical options of a channel), semiotic integrativity, intertextual openness. The typology of media texts is based on eight categories: a channel, an institutional type of the text, typological features of an edition or a channel, an addresser, an addressee, a code, functional and genre features of texts, a topical dominant.

Key words: *media text, criteria of media texts, typological categories.*

About the author: Maria Yu. Kazak, PhD, professor of journalism and public relations, Belgorod State University.
308015, Belgorod, Pobedy st., 85, 17 housing, room 2-34.
E-mail: kazak@bsu.edu.ru.

T. V. Chernyshova
Barnaul, Russia

PHILOLOGICAL RESEARCH OF MEDIA: THEORETICAL-METHODOLOGICAL PRECONDITIONS AND ANALYSIS METHODS OF TEXT AND DISCOURSE (RETROSPECTIVE)

The article is dedicated to direction of Russian and foreign philological research that formed the theoretical and methodological basis of the study of media texts, and

explores the concepts and category, which form methodological framework for the analysis of media texts in line with communicative discursive research paradigm.

Key words: *media communication, discourse, text, context, method of research*

About the author: Chernyshova Tatiana Vladimirovna, PhD, professor, Head of the of the Chair of Russian language, literature and speech communication of Altai State University.

656049, Barnaul, Dimitrova st., 66. ASU, room 413-A.

E-mail: labrlexis@mail.ru.

M. I. Koniushkevich

Grodno, Belarus

THE NEWSPAPER TEXT ENDING. THE FIRST ARTICLE. LANGUAGE AND SPEECH

In the article the correlation of concept “The End” and the ending of newspaper text has been investigated. The linguistic features of endings — repeatability, countability, markedness are shown on the material of analytical newspaper texts endings.

Key words: *end, ending, sentence, text, newspaper text.*

Information about the author: Maria Iosifovna Konyushkevich, PhD., Professor of the Department of Journalism, Grodno State University named after Yanka Kupala.

Belarus, 230023, Grodno, Ozheshko st., 22, GrSU, of. 319.

E-mail: marikon9@mail.ru.

L. M. Tsoneva

Veliko-Tarnovo, Bulgaria

LANGUAGE GAME AND ITS STUDY

The article examines the question of the peculiarities of language game in modern science. It also examines some problems that necessitate further studies by linguists.

Key words: *game, language game, creativity, language personality.*

About the author: Lilyana Mihailova Tsoneva, Candidate of Philology, Professor of the Chair of Russistics at St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo.

5000, Veliko-Tarnovo, Teodosi Tarnovski st., 2.

E-mail: liliconeva@abv.bg.

V. V. Vasilieva

St. Petersburg, Russia

THE POLISH VIEW ON MEDIALINGUISTICS

Review of the monograph: Bogusław Skowronek. *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków, 2013. 286 s.

The review's author gives high praise to the book as the monograph forms the theoretical basis of media linguistics, examines in detail the prerequisites for development of this direction in modern Polish media studies, gives the methodology of media texts research.

Key words: media linguistics, media text, methodology, Polish media.

About the author: Victoria Vladimirovna Vasilieva, Candidate of Philology, Associated Professor of the Department of Speech Communication, Saint Petersburg State University.

199004, Saint Petersburg, Vasiljevsky Ostrov, 1st Line, 26.

E-mail: viktirija@mail.ru.

V. A. Andreeva

St. Petersburg, Russia

MEDIAL PERSPECTIVE ON THE TEXT. REVIEW ON VALERIA TSCHERNIAVSKAJA'S TEXTBOOK "TEXT IN MEDIAL DIMENSION" (MOSCOW, URSS, 2013)

The review represents Valeria Tcherniavskaja's new book "Text in Medial Dimension" (Moscow: URSS, 2013). The book touches upon the most important and crucial categories for modern linguistics such as text, discourse, medial format, mediality in new research dimensions in the XXI century. What is the real object of present day linguistics research: text or discourse, what is textuality and medial format as a cognitive phenomenon — these are the questions the author deals with and gives prospective answers at.

Key words: linguistics, text, discourse, text type, intertextuality, interdiscursivity, mediality, medial format.

About the author: Valeria Anatoljevna Andreeva, PhD, Professor of German Language Department, Russian State Pedagogical University after A. Herzen.

198260, Saint-Petersburg, Bolsheohtinskij pr., 82-52.

E-mail: valeryandreeva@gmail.com.

E. S. Kara-Murza

Moscow, Russia

**SPEECH GENRES AS STONES IN THE BUILDING
OF MEDIA COMMUNICATION**

This report is devoted to the III International seminar in media studies that was organized by the Saint Petersburg State University, department of speech communication. Speech genres of mass media were discussed at the seminar as an analytical and educational phenomenon.

Key words: media linguistics, media studies, media genrology, praxiological point of view, classification / systematics of media genres.

About the author: Elena Stanislavovna Kara-Murza, Candidate of Philology, Associate Professor of the Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University.

129626, Moscow, Rizhsky proezd, 9–88.

E-mail: kara-murza-elena@yandex.ru.

N. S. Bolotnova

Tomsk, Russia

**«WE'LL MAINTAIN YOU, RUSSIAN SPEECH...»
(THE RESULTS OF VIII INTERNATIONAL SCIENTIFIC
CONFERENCE IN TOMSK)**

The article deals with the main problems of reports of the VIII-th International conference “Russian Speech Culture and Text”, which was dedicated to elaboration of theoretical and applied aspects of Russian speech culture and textual activity, questions of language, communicative and lingvocultural competence formation of schoolchildren and students. Review of researches connected with up-to-date language situation and its history, new tendencies in text study, peculiarities of Russian linguistic world picture and its reflection in textual activity of different spheres is presented in the article.

Key words: Russian speech culture, text, discursive practices, up-to-date language situation, world picture, concept sphere, communication, methods of teaching.

About the author: Nina Sergejevna Bolotnova, Doctor of Philology, professor, Head of department of the Russian language and stylistics of Tomsk State Pedagogical University.

634061, Tomsk, Kievskaya st., 60.

E-mail: nisb@sibmail.com.

Макет и оформление обложки: *С. Е. Курочкин*
Верстка: *Е. П. Смирнова*

Подписано в печать 14.11.2014.
Формат 60x84/8. Гарнитура Noto Serif. Печ. л. 8,75.
Тираж 60 экз. Заказ 110.

Отдел допечатной подготовки
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета
199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В. О., д. 26.