

ПОСЛОВИЦА КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Абакумова О.Б. (Россия, г.Орел)

Статья посвящена вопросам реализации смысла пословиц в медийном дискурсе. Утверждается, что в газетных текстах и других текстах медийного дискурса пословица чаще всего является средством реализации социального стратегического действия.

Ключевые слова: пословица, медийный дискурс, коммуникативное событие, коммуникативный акт.

Дискурс понимается в данной статье как коммуникативное событие, коммуникативный акт, он имеет прототипическую диалогическую структуру, то есть диалоговое взаимодействие, но может эксплицитно иметь и монологическую форму высказывания (текст), а диалог с адресатом является имплицитным и отсроченным по времени. В этом типе дискурса пословица является одной из реплик, используется для реализации речевой тактики, как аргумент для достижения определенной коммуникативной стратегии или выполняет определенную семантико-структурную функцию в тексте, входя в его макроструктуру или микроструктуру, то есть, занимая в нем определенную позицию, связанную с замыслом произведения. Этот тип дискурса представляет собой коммуникативное событие, включающее вербальные (лингвистические) средства и экстралингвистические факторы (психологические, социальные, культурные и др.). В данной статье используется второе принятое нами понимание пословичного концепта [Абакумова 2011а]. Пословичный концепт имеет в данном случае индивидуальную природу, так как использование пословицы является результатом оценки говорящим ситуации, как референтной, так и коммуникативной, и может послужить средством его коммуникативной стратегии. Такой пословичный концепт больше напоминает реализуемый замысел говорящего (ср. понимание концепта как «зародыша», «источника», «зачатия»), в котором соединяются его коммуникативная стратегия и тактика, обобщенная оценка ситуации, которую говорящий хочет передать или внушить слушающему в определенном кон-

тексте общения, и иллокутивная сила высказывания, связанная с намерением говорящего.

Речь идёт о функционировании пословиц в текстах, фиксирующих результаты дискурсивной деятельности, и коммуникативных эпизодах [см. Борисова 2001], Макаров использует термин «транзакции» [Макаров 2003], на которые делится дискурс. Коммуникативным эпизодом называется совокупность диалогических единств, которая определяется сменой тем, частичной целью, которая соотносится с основной целью. В.Б. Кашкин приводит четыре критерия выделения дискурсивного эпизода:

- 1) ориентированность на решение коммуникативной задачи;
- 2) тематическая цельность;
- 3) иллокутивная связность реплик-высказываний внутри эпизода;
- 4) жанрово-композиционная оформленность [Кашкин 2004: 29].

В диалогическом дискурсе, как справедливо считают исследователи [см., например, Григорьева 2007], выявляются такие особенности коммуникации, как *интерсубъективность* и *интенциональность*, связанные с наличием двух и более партнеров и их активным взаимодействием. Для дискурса также характерна *модальность*, которая связана с преобладанием некоторых параметров коммуникативной ситуации, воздействующих на речь коммуникантов. По мнению некоторых исследователей, пословицы и крылатые слова придают дискурсу *авторитетность* [см. Баева 2000].

В основе предложенной нами модели реализации смысла пословицы в дискурсе [см.

Абакумова 2011] лежит теория коммуникативного действия Ю.Хабермаса [Habermas 1987], который дифференцирует собственно коммуникативное речевое действие, направленное на понимание и совместную деятельность, от стратегического действия, ориентированного на личный успех, когда говорящий использует слушающего без учета его интересов. Внутри стратегического действия выделяются асоциальный инструментальный акт и социально-стратегический акт.

Социальное стратегическое действие ставит в центр внимания социальные взаимодействия людей, но смотрит на них с точки зрения эффективности процессов решения рационального выбора [Володина 1999]. В данной статье мы проследим реализацию социально-ориентированного коммуникативного действия, в англоязычном газетном тексте новостного жанра.

Смысл пословицы в тексте распознается не сразу и имеет форму разворачивающегося сценария. Газетный текст в медийном дискурсе чаще всего связан с социально-стратегическим коммуникативным действием. Пословица в тексте представляет собой косвенный речевой акт чаще всего директивного типа, поскольку в ее семантике содержится иллюкуция совета, рекомендации, деонтические нормы социального поведения.

Статья африканского журналиста Фуншо Балогунуна в газете «Новости» от 2 марта 2009 г. описывает события в Нигерии, связанные со снятием с поста губернатора штата Ондо Олусегуна Кокумо Агагу, который получил этот пост в результате фальсификации результатов выборов в апреле 2007 года. Правление Агагу продлилось 21 месяц. В феврале 2009 года суд признал избрание его на пост недействительным, так как это произошло в результате сговора с бывшим президентом и нарушения закона о выборах. Ему также пришлось отвечать на вопросы по поводу большой суммы денег, которую он истратил, находясь на посту губернатора и министра Авиации.

Kommunikativa. Претензии на понятность. Журналист использует пословицу *Truth never grows old*, которая хорошо известна англоговорящему миру, чтобы показать, что правда о скрытых преступлениях всегда выходит наружу, и мошенники получают по заслугам. Но статья выходит не в апреле 2007, а в марте 2009 года, когда сменился президент и суд отстранил Агагу от должности. Журналист действует в интересах правящей власти и выполняет социальный заказ, хотя и выглядит борцом за справедливость. Это социально-стратегическое действие.

Konstativa. Претензии на истину. Журналист претендует на истину и в то же время выполняет задание редакции и работает на свой профессиональный авторитет, так как

сенсации, громкие публичные разоблачения всегда привлекают внимание читателей, ответственности. Пропозиция пословицы передается одноместным предикатом *grow old*.

Логическая структура: кто/что? никогда не стареет.

Семантический класс глагола: *grow (old)* – 5.(fml or lit) to become gradually (grow rich, less); 4) to increase in amount, size or degree; (fig) diminish [COD] – нелокативное состояние качества [Van Valin 1993].

Тематические отношения: *truth* – тема, которая на уровне образного фрейма [Зевахина 2002] переосмысливается как экспериенсер.

Макророли: *truth* – актер (участник, который представляет и контролирует ситуацию) [Ван Валин Р., Фоли У. 1982].

Пословичный сценарий представляет собой наложение фреймов:

Образный фрейм: моделируется ситуация, в центре которой находится объект, который обладает свойством не изменять свои качества, в сопоставлении с другими, одушевленными или просто материальными объектами, которые теряют свои свойства, свою ценность, устаревают с течением времени.

Окказиональный фрейм: моделируется ситуация, в центре которой находится тщательно скрываемый факт мошенничества при подсчете голосов на выборах, который имел место почти 2 года назад, но не потерял своей актуальности и был разоблачен.

Обобщенный фрейм: истина о фактах и событиях не зависит от времени их осуществления, ее ценность неизменна.

Оператор времени: The Present Simple Tense используется в гномическом предикате для выражения общих истин.

Representativa. Претензии на искренность. Журналист претендует на искренность, хотя знает, что выполняет социальный заказ. Он презентует себя как профессионал, переживший разные политические режимы, представитель «четвертой» власти, масс-медиа, который знает больше, чем обычный гражданин и имеет право критиковать и оценивать действия политических деятелей. Но делает это только после смены руководства. Он не предлагает обсуждать существующие в стране проблемы фальсификации выборов, а просто очень эмоционально излагает факты, приводя много цитат и афоризмов, используя развернутую метафору и прецедентные тексты, которые делают статью яркой и убедительной и создают нужное отношение и оценку ситуации.

Оператор модальности: алетическая и деонтическая модальность.

Иллокутивная сила: ассертив с выражением общей истины и косвенный директив: Следует быть честным. Нельзя приходить к власти путем мошенничества.

Regulativa. Претензии на правильность. Пословица имплицитно несет смысл, связанный с деонтической модальностью, заложенной в ее семантике. Она передает основную мысль текста: Нельзя управлять людьми, не имея на это права. Нужно быть честным. Нельзя мошенничать. Это социальные нормы общественного поведения, которые нельзя нарушать даже тем, кто стоит у власти.

Анализ употреблений пословиц в разных видах дискурса [Абакумова 2011б] показал, что они являются средством реализации коммуникативных стратегий разного типа. Пословицы в медийном дискурсе используются преимущественно для достижения социально-стратегических целей, то есть привлечения внимания читателя к своей продукции, к изданию, в котором журналист аккредитован, через проблемы, затронутые в статье, которые, по мнению журналиста, должны привлечь внимание читающей публики, при этом журналист может быть честным человеком и искренне добиваться социальной справедливости. Социальный аспект является ведущим в данном стратегическом действии, когда журналист проявляет свои профессиональные способности и навыки.

Список литературы

1. Абакумова О.Б. Когниция и коммуникации в использовании пословиц // Когнитивные исследования языка. Вып. VIII. Проблемы языкового сознания. М., Тамбов, 2011. – с.383-385.
2. Абакумова О.Б. Пословичные концепты и паремический дискурс // Ученые записки Казанского университета. Том 153. – Казань, 2011. – с.128-140.

3. Баева Г.В. Семантико-прагматические особенности вербальных и невербальных знаков в рекламном дискурсе: автореферат диссертации кандидата филологических наук: 19.02.04. – Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина. – Тамбов, 2000. – 24с.

4. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика – Екатеринбург: КомКнига, 2001. – 320с.

5. Ван Валин Р., Фоли У. Референциально-ролевая грамматика In: Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XI. Москва: Прогресс, 1982. – с. 376 - 411.

6. Володина Л. В. Эстетика «коммуникативного действия» Ю.Хабермаса In: Эстетика сегодня: состояние, перспективы. Санкт-Петербург: Изд. СПбГУ, 1999. – с.25 - 27.

7. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагматический и когнитивный аспекты. – Тамбов: Изд. ТГУ, 2007. – 283 с.

8. Зевахина Т.С. Метафора мертвая и живая // Труды Международного семинара «Диалог 2002». www.dialog-21.ru.

9. Кашкин В.Б. Дискурс.: учебное пособие/ В.Б.Кашкин. – Воронеж: Изд. ВГУ, 2004. – 76 с.

10. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М., Гнозис, 2003. – 280 с.

11. COD - The Concise Oxford Dictionary of Current English. 7th edition.- Bombay: Oxford University Press, 1987. – 1264 p.

12. Habermas J. The Theory of Communicative Action. Boston, Beacon Press, 1987. – 464 p.

13. Van Valin R. D. Jr. A Synopsis of Role and Reference Grammar In: Advances in Role and Reference Grammar. Amsterdam: Benjamins, 1993. – p. 1-166.

ПЕРЕВОДНЫЕ ТЕКСТЫ КАК ОБЪЕКТ СУДЕБНОЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

Аблин М.В. (Уфа, Россия)

В докладе рассмотрены особенности переводных объектов лингвистической экспертизы, отмечены сложности при проведении экспертизы таких текстов, дана оценка возможности использования положений психолингвистики и прагмалингвистики при анализе переводных источников.

Ключевые слова: текст, судебная лингвистическая экспертиза, юрлингвистика.

В России в последние годы увеличилось количество проводимых судебных лингвистических экспертиз (особенно по делам об экстремизме). Вопросы процедуры данного экс-

пертного исследования разрабатываются, в том числе, в юрлингвистике – прикладной области научного знания, располагающейся на стыке языка и права. Учеными сформули-