

ПЛЕНАРНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ

А. А. Биюмена

ДИАЛОГИЧНОСТЬ В ПЕЧАТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

В современной антропологической парадигме *диалог* трактуется как фундаментальное свойство человеческого бытия, познания и коммуникации. Теория диалога как принципиально новая модель интерпретации окружающей действительности подчеркивает, что диалогические отношения – это «почти универсальное явление, пронизывающее всю человеческую речь и все отношения и проявления человеческой жизни, вообще все, что имеет смысл и значение» (М. М. Бахтин). Поскольку существование и функционирование языка немислимо вне социума и общения, диалогичность в глобальном смысле представляет собой речевую экспликацию социальной сущности языка и его коммуникативной функции (М. Н. Кожина).

Диалогичность трактуется как текстовая категория, характеризующая, с одной стороны, его адресованность, или направленность на адресата, а с другой, – ответственность как прогнозирование реакции реципиента (М. М. Бахтин, М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева). Некоторые исследователи отводят диалогичности / адресованности роль гиперкатегории (макрокатегории) текста, служащей организации всего дискурсивного пространства (Е. А. Селиванова, М. Л. Макаров, А. В. Полонский).

Медиадискурс характеризуется стремлением повлиять на мнения, установки, оценки, поведение аудитории, поэтому ему свойственна маркированная диалогичность, лежащая в основе эффективного взаимодействия между адресантом и адресатом и обеспечивающая воздействующий потенциал медиатекста. Соответственно, целесообразным представляется рассмотрение диалогичности как макрокатегории медиадискурса.

Результаты проведенного исследования материалов белорусской республиканской и региональной прессы позволили выделить четыре типа диалогичности в ней.

Внешняя диалогичность, которая реализуется в тех жанрах, где присутствуют несколько собеседников, – интервью, беседы, опросы, комментарии экспертов и т. п.

Диалогизация монологических журналистских произведений с помощью разнообразных лексических, грамматических, риторических средств (вопросов и вопросно-ответных единств; прямой и косвенной речи; экспрессивной лексики и синтаксиса; конструкций и оборотов связи; союзов и частиц; вводных и вставных слов и конструкций; побудительных и восклицательных предложений; местоимений, союзов, междометий и модальных слов; цитирования и ссылок на чужое мнение и др.).

Средства диалогизации особенно распространены в сильных позициях текста – заголовочном комплексе, лиде, заключении. Например, весьма частотны в белорусских печатных изданиях заголовки в форме вопросы-

тельных, восклицательных, побудительных предложений и вопросно-ответных единств, выполняющих в пространстве медиадискурса разнообразные прагматические функции: *Выбирайте здоровье* («Магілёўская праўда», 2019, 28 февр.); *Прежде чем встать под знамя, узнай его путь* («Кричевская жизнь», 2021, 20 мар.); *Есть идеи?* («Магілёўская праўда», 2020, 8 окт.); *А вы забыли?* («Гомельская праўда», 2020, 28 нояб.); *Подтягивают тылы. Зачем?* («Минский курьер», 2022, 18 янв.); *Якога колеру «конік»?* («Звязда», 2022, 15 янв.); *Откуда в жировке лишних 20 с «хвостиком» рублей?* («Шлях перамогі», 2021, 22 мая); *Маски в массы!* («Заря», 2020, 11 апр.); *Осторожно, фишинг!* («Дзвінская праўда», 2021, 16 февр.); *Пора домой!* («Жыццё Палесся», 2021, 1 июня); *Ура, ярмарка!* («Магілёўская праўда», 2020, 24 дек.); *Бьет энергия через край? В БРСМ вступай!* («Кричевская жизнь», 2021, 3 февр.); *Хочешь стать пограничником? Пожалуйста!* («Жыццё Палесся», 2021, 1 июня); *Пьет сторож? На его место у нас очередь* («Гомельская праўда», 2020, 10 нояб.).

Макротекстовая диалогичность, которая реализуется в нескольких публикациях, посвященных одной теме, расположенных на одной странице или развороте и примыкающих друг к другу.

В современных печатных изданиях отдельные материалы в рамках макротекста объединяются с помощью ряда логических отношений. Во-первых, это отношения унисонности – все составляющие макротекста статьи выражают идентичную оценку факта или события. Второй тип отношений в макротексте – отношения полемичности как сопоставление противоположных мнений и оценок относительно социально значимых событий. В газетном дискурсе Беларуси такие макротексты нередко посвящены острым социальным вопросам: состоянию дорог, деятельности жилищно-коммунальных служб и др. Третий тип логических отношений в макротекстовых единствах – отношения комплементарности, когда каждая отдельно взятая публикация дополняет общую картину. Подобные макротексты нередко используются при описании праздничных мероприятий или при создании «портретов» представителей определенных профессий и других социальных групп.

Интертекстуальная диалогичность – взаимоотношения конкретного текста с другими, в основе которых находится поиск «общей памяти» у адресанта и адресата, что позволяет обеспечить связь между ними; система отношений между предшествующими и последующими текстами. Интертекстуальность как многомерная связь отдельного текста с другими текстами с точки зрения содержания, жанрово-стилистических и структурных особенностей, а также формально-знакового выражения выступает в материалах периодических изданий в роли механизма, который «вписывает» содержание публикаций в сумму знаний, циркулирующих в обществе.

Средствами экспликации данного типа диалогичности в газетных публикациях выступают, в первую очередь, прецедентные феномены – известные всем носителям языка элементы знания, которые делают публикацию более выразительной, вызывают интерес реципиента, активизируют его мысли-

тельную работу: *Химия их связала* («Рэспубліка», 2019, 7 сент.); *Я задыхаюсь от сладостей...* («Гомельская праўда», 2019, 28 мая); *Я к тебе возвращаюсь, Беловежская Пуца* («Гомельская праўда», 2019, 4 июня); *Средь шумного бала* («Гомельская праўда», 2019, 11 июня); *«Ой, мороз, мороз, не морозь меня...»* («Кричевская жизнь», 2021, 13 янв.); *Здравствуйте, я ваш робот* («Рэспубліка», 2019, 7 сент.); *Социалка карман не тянет* («Рэспубліка», 2019, 20 сент.).

В роли главных сфер-источников прецедентного знания в публикациях современных белорусских газет выступают области «Искусство» (преимущественно песни, художественные фильмы и литературные произведения) и «Фольклор» (пословицы и поговорки, народные песни и сказки). Эти две предметные области в сумме являются источником 92,3 % всех прецедентных феноменов в материале исследования.

Следует отметить значимую долю отсылок к кинематографическим, музыкальным и литературным произведениям, относящимся к советскому периоду, суммарно они представляют собой источник 43,4 % всех прецедентных феноменов в проанализированных публикациях. Это обусловлено, в первую очередь, ориентацией печатных изданий, особенно местных (областных, районных, городских) на свою аудиторию, стремлением быть ей понятной.

Использование журналистами определенного набора метафорических моделей также является способом экспликации интертекстуальной диалогичности в прессе. Хорошо знакомые читательской аудитории стертые публицистические метафоры, которые были популярны еще в советский период, привлекаются авторами статей как средство передачи оценочных значений и прагматического воздействия на адресата.