

ПОГРАНИЧНЫЕ ЖАНРЫ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

Дискурс масс-медиа, или медийный дискурс, – это вид институционального дискурса, совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия. Использование повествовательного метода сближает медийный дискурс с художественным. Оба вида дискурса также пересекаются с точки зрения воздействующей функции: и медийный, и художественный дискурс представляют собой субъективную картину мира автора и призваны оказать воздействие на аудиторию с целью удержания внимания и дальнейшего воздействия на систему взглядов реципиента.

Такое пересечение обусловило появление пограничных жанров, среди которых особый интерес представляют связанные жанры песенной лирики и музыкального видеоклипа, в которых вербальная составляющая может считаться формой художественного дискурса, а аудио-визуальная – медийного.

Песенная лирика – это вид творчества, в котором субъективное отношение или настроение автора передается через поэтический текст и мелодию. Популярные песни являются своеобразным полимедийным культурным полем. С одной стороны, песня – продукт эстетической деятельности, с другой – речевой деятельности в области массовой коммуникации. С точки зрения художественного текста, ей может быть присуща некоторая бессодержательность. Однако при этом для песенной лирики характерна

социальная заостренность, что в сочетании с неформальным подходом и доминирующей личностной интонацией стимулирует эмоциональный отклик слушателя на затронутую тему.

Интересно отметить, что помимо демонстрации простых ценностных аспектов, песня может выражать и более глобальные призывы общественно-политического характера, превращаясь в своеобразный лозунг или гимн. Накладываясь на информацию, полученную реципиентом по другим каналам, песни укрепляют ранее сформированные ассоциации и оценки, а их эстетическая составляющая способствует лучшему запоминанию предлагаемой идеи.

Эффект воздействия возрастает, когда песня транслируется в сочетании с видеорядом. Как и песенный текст, музыкальный видеоклип превратился в своеобразную форму массовой коммуникации, демонстрирующую черты, присущие жанрам медийного дискурса. При просмотре видеоклипа восприятие идеи автора происходит одновременно на нескольких уровнях. Считывая музыкально-текстовый образ, аудитория распознает сообщение, заключенное в песенном тексте, и соотносит со своими переживаниями. Благодаря видеоряду образ становится четче, распознавание сообщения происходит быстрее, а образ надежнее закрепляется в сознании реципиента.