

Лущинская О.В., д. филол. н.
(г. Минск, Беларусь)
МГЛУ
проректор по научной работе

Luschinskaya O.V., Dr of Sc. (Philology)
(Minsk, Belarus)
MSLU
Vice-rector for research work
e-mail: o.lushchinskaya@mslu.by

МЕДИАТЕКСТ КАК СИСТЕМНАЯ ЕДИНИЦА МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

В материале рассматривается медиатекст, выступающий системной единицей такого институционального типа дискурса, как медийный дискурс. Кратко описываются основные характеристики медиатекста, функционирующего в сфере журналистики, главным образом, в конвергентных средствах массовой коммуникации.

Ключевые слова: медийный дискурс, единицы дискурса, медиатекст, журналистика, конвергентные средства массовой коммуникации.

MEDIA TEXT AS A SYSTEM UNIT OF MEDIA DISCOURSE

The material examines a media text that acts as a system unit of such an institutional type of discourse as media discourse. The main characteristics of a media text operating in the field of journalism, mainly in convergent media, are described briefly.

Key words: media discourse, units of discourse, media text, journalism, convergent media.

В научной литературе выделяются разные группы единиц дискурса. Так, В.Б. Кашкин определяет, с одной стороны, *единицы устного модуса дискурса*, к которым относит речевой акт; высказывание; реплику, ход; диалогическое единство; коммуникативный эпизод и коммуникативное событие. С другой стороны, автор определяет *письменный модус дискурса*, в рамках которого функционируют следующие его единицы: речевой акт; фраза, предложение; сверхфразовое единство; абзац; текст [1]. Данные единицы распределяются, соответственно, по уровням членения дискурса: дотекстовый, минимальный, тактический, оптимальный, топикальный и стратегический.

В.В. Красных к единицам дискурса относит текст и считает его основной единицей. В то же время ученый выделяет и ментефакт как единицу содержания сознания [2].

В научных работах многие исследователи называют и изучают текст как единицу дискурса. По мнению Ю.В. Дорофеева, «описание текста как единицы дискурса предполагает его функциональную характеристику, то

есть определение того, какую функцию текст выполняет и как его структура и содержание связаны с его назначением» [3, с. 894]. Соответственно, далее пишет автор, выступая единицей дискурса, текст «представляет собой систему, возникновение которой обусловлено: 1) его функцией; 2) наличием предыдущего высказывания, ответом на который служит данный текст; 3) возможностью появления (или наличие) последующего высказывания, отправной точкой для возникновения которого послужил (прямо или косвенно) анализируемый текст» [3, с. 897].

В настоящей работе мы также рассмотрим текст, а точнее, *медиа́текст*, выступающий системной единицей такого институционального типа, как медийный дискурс. Отметим, что медийный дискурс представляет собой отдельный институциональный тип, имеющий свои характеристики, признаки, параметры, специфику, ценности и др., цель которого заключается в передаче информации, отражении событий окружающей действительности в сообщении и в осуществлении обратной связи между коммуникантами.

Благодаря появлению информационных технологий, развитию интернет-журналистики и, как следствие, возникновению конвергентных средств массовой коммуникации (новых медиа), традиционный журналистский текст изменяется и трансформируется именно в медиа́текст, приобретая таким образом иные формальные и содержательные черты, функции и др.

Прежде чем остановиться на понятии *медиа́текст*, обратимся к онтологическим характеристикам дефиниции *текст*. Данный феномен трактуется как цельный, связный и завершённый коммуникативный продукт, обладающий смысловым единством, тематической направленностью, определенной структурой. В классическом определении, предложенном И. Р. Гальпериным, текст представляет собой письменное сообщение, реализованное в виде письменного документа и состоящее из ряда высказываний, которые объединены разными типами лексической, грамматической и логической связи; имеющее определённый моральный характер, прагматическую установку и литературно обработанное [4]. Как справедливо указывает В. И. Ивченков, «в XX веке ученые не пришли к единому подходу в определении текста. Тогда как сегодня это понятие требует нового осмысления и четкого разграничения аспектуальных свойств в комплексе всех его проявлений» [5, с. 74]. Наряду с лингвистическим подходом к тексту выделяется и культурологический, согласно которому он (текст) рассматривается в разрезе культуры, эпохи, истории. Каждый текст содержит информацию о периоде того времени, когда он появился. По-другому, его понимание выходит за рамки лингвистического толкования.

С учетом того, что сегодня понятие текста расширяется, изменяется, преобразуется, приобретает новые смысловые оттенки, в области журналистики используется не просто «текст», а «медиа́текст». Данное понятие применяется и в коммуникативистике, теории журналистики,

социологии и других дисциплинах для описания реальности массовой коммуникации и масс медиа в современном обществе. Однако в качестве обобщающего термина медиатекст закрепился именно за текстами массовой коммуникации [6].

В качестве ведущих признаков медиатекстов выделяются *медийность*, как воплощение текста с помощью разных медиасредств, его обусловленность форматными и техническими возможностями канала; *массовость*, и в сфере создания, и в сфере потребления медиапродуктов; *интегративность* (поликодовость) текста, предполагающая объединение в единое коммуникативное целое различных семиотических кодов, а также *открытость текста* [6]. Медиатекст представляет собой динамическую сложную единицу высшего порядка, в структуру которой входят не только вербальные единицы, но и графическое изображение, видеоряд, аудиоматериал и др., что влияет на формирование картины мира человека через печатную прессу, интернет и др. различные медийные жанры [7].

В конвергентных СМК медиатекст – это коммуникативный продукт, включающий как вербальный компонент (текстовую реализацию сообщения), так и невербальные составляющие (визуальный, иллюстративный материал) и использующий в своем содержании элементы разных способов / каналов передачи информации (видео- или аудиотрансляция контента). В электронных средствах массовой коммуникации по-разному репрезентируются вербально-изобразительные и мультимедийные средства: в каких-то из них акцент больше сделан на текстовую составляющую, в других, наоборот, применяются разнообразные визуальные и мультимедийные технологии наряду с текстом. В данном случае правомерно говорить о свойстве и степени *креолизации* медиатекстов.

Медиатекст характеризуется устойчивой системой параметров, включающих способ производства текста (авторский или коллегиальный); форму создания и форму воспроизведения (устную или письменную); канал распространения (носитель определенного средства массовой информации); функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, публицистика и др.); тематическую доминанту или принадлежность к определенному устойчивому медиатопику (политика, бизнес, культура) [8, с. 55].

Таким образом, медиатекст – это не только линейная последовательность вербальных знаков, а семиотически усложненный, креолизованный мультимедийный продукт коммуникации, который, наряду с классическими характеристиками приобретает новые качества и форматы, особенности содержания и воспринимается аудиторией по-другому за счет такого процесса, как конвергенция. Это не просто сукцессивное восприятие информации, а многомерное, многовекторное, симультанное. Читатель сам выстраивает «путь» получения информации из медиатекста, двигаясь в определенном направлении, и таким образом конструирует собственный текст.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Кашкин В. Б.* Парадоксы границы в языке и коммуникации. Воронеж : Воронеж. гос. ун-н, 2010. Вып. 5 : Аспекты языка и коммуникации. 382 с. URL: <http://tpl1999.narod.ru/index/0-107>. (дата обращения: 24.09.2023).
2. *Красных В. В.* Единицы языка vs единицы дискурса и лингвокультуры (к вопросу о статусе прецедентных феноменов и стереотипов) // Вопросы психолингвистики. 2008. № 7. С. 53–58.
3. *Дорофеев Ю. В.* Функциональное описание текста как единицы дискурса // Коммуникативные исследования. 2019. Т. 6, № 4. С. 891–904.
4. *Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования. М. : Наука, 1981. 139 с.
5. *Ивченков В. И.* Медиадискурс современности: стилистические приоритеты и экстралингвистические факторы // Актуальные проблемы стилистики. 2018. № 4. С. 71–76.
6. *Казак М. Ю.* Специфика современного медиатекста // Лингвистика речи. Медиастилистика : коллектив. моногр., посвящ. 80-летию проф. Г. Я. Солганика. М., 2012. С. 320–334.
7. *Уварова Е. А.* Медиатекст и медиадискурс: к проблеме соотношения понятий // Вестник Московского государственного областного университета. Сер. Лингвистика. 2015. № 5. С. 47–54.
8. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь : учеб. пособие. М. : Флинта : Наука, 2008. 264 с.