

УДК 378.147:811

Шуколюкова Ольга Сергеевна
аспирант кафедры лингводидактики
и методики обучения иностранным языкам

Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Shukolyukova Olga
PhD Student of the Department
of Linguodidactics and Methodology
of Teaching Foreign Languages

Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
olga.shukolyukova@internet.ru

ИНОЯЗЫЧНЫЙ МЕДИАДИСКУРС КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ УМЕНИЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ

FOREIGN LANGUAGE MEDIA DISCOURSE AS A MEANS OF DEVELOPING INTERPRETATION SKILLS

В статье рассматривается потенциал использования иноязычного медиадискурса для развития у студентов-лингвистов умений интерпретации. Описаны подходы к определению понятий *дискурс* и *медиадискурс*. Особое внимание уделяется основным характеристикам медиадискурса, таким как полиинтенциональность, поликодовость, интертекстуальность и гипертекстуальность.

К л ю ч е в ы е с л о в а: *иноязычный медиадискурс; иноязычный медиатекст; медиалингвистика; полиинтенциональность; поликодовость; интертекстуальность; гипертекстуальность.*

The article dwells upon the potential of using foreign language media discourse for interpretation skills development in linguistics students. The author describes approaches to the definition of *discourse* and *media discourse*. Particular attention is paid to the main features of media discourse, such as polyintentionality, multimodality, intertextuality and hypertextuality.

К e y w o r d s: *foreign language media discourse; foreign language media text; media linguistics; polyintentionality; multimodality; intertextuality; hypertextuality.*

В современном мире средства массовой информации (СМИ) выполняют ряд значимых функций: оповещают аудиторию о событиях, происходящих в стране и за рубежом; играют роль посредника в диалоге между социальными институтами и группами; регулируют общественное мнение; формируют политическую, экономическую и нравственную культуру. Однако способность СМИ конструировать и транслировать собственную версию действительности, медиареальность, зачастую воспринимаемую реципиентами в качестве подлинной, может быть использована отдельными медиаавторами с целью манипуляции массовым сознанием. В свете проблемы противодействия деструктивному воздействию СМИ приоритетным направлением является обучение студентов-лингвистов интерпретации иноязычного медиадискурса. Данный

контингент обучающихся должен быть подготовлен не только к рецепции медийной продукции на государственных языках, но и к взаимодействию с иноязычным медийным полем. *Интерпретация медиадискурса* понимается как деятельность, направленная на извлечение и постижение заложенных в нем смыслов, а также последующее конструирование собственных представлений на их основе.

В начале XXI века для системного исследования особенностей языка СМИ оформлено самостоятельное направление языкознания – медиалингвистика. Основными объектами изучения данной науки являются понятия *медиадискурс* и *медиатекст*, для определения которых необходимо обратиться к терминам *дискурс* и *текст*.

На протяжении долгого времени одним из базовых средств обучения иностранному языку и культуре являлся иноязычный текст. Согласно И. Р. Гальперину, текст представляет собой «произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» [1, с. 18]. Возникновение и развитие дискурсивной парадигмы привлекло интерес лингводидактики к возможности использования иноязычного дискурса в образовательном процессе.

Использование термина *дискурс* во многих областях знания, таких как лингвистика, философия, литературоведение, социология и т.д., и в различных научных школах объясняет значительное количество толкований данного понятия.

Лингвистический подход к изучению дискурса предполагает установление его связи с понятиями *текст, речь, коммуникативное действие, монолог, диалог, функциональный стиль* и т.д. Так, Т. ван Дейк толкует дискурс как «сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» [2, с. 8]. Как «погруженную в жизнь» речь, а также как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами» определяет дискурс Н. Д. Арутюнова [3]. Одновременно как процесс языковой деятельности и ее результат, текст, понимает дискурс А. А. Кибрик [4, л. 4]. Анализ лингвистических исследований дискурса позволяет сделать следующие выводы: дискурс является более широким понятием, чем текст; текст – это конечный, закрытый и статичный объект, дискурс – бесконечная, открытая динамическая система.

Идеологический подход к анализу дискурса сконцентрирован на изучении реализации взглядов, идей, принципов, идеалов определенной общественной формации в языке. Согласно М. Фуко, дискурс представляет собой совокуп-

ность утверждений, принадлежащих единой дискурсивной формации. Непосредственно дискурс определяет способ высказывания на ту или иную тему в обществе [5]. М. Пешё, представитель французской школы дискурс-анализа, подчеркивает, что идеология открыто или тайно контролирует смысл дискурса, это воздействие, соответственно, может осознаваться либо не осознаваться коммуникантами [6]. Данный подход обнаруживает важность учета условий создания дискурса как одной из направляющих его эксплицитного и имплицитного смыслового содержания.

Подход к определению дискурса *как идеального вида коммуникации* был предложен Ю. Хабермасом. Выступая в роли коммуникативного действия, строящегося с учетом норм и правил конструктивного взаимодействия, нацеленного на достижение взаимопонимания относительно предмета коммуникации, дискурс с позиций данной теории является исключительно способом достижения взаимопонимания и преодоления разногласий. Коммуникантам запрещено оказывать какое-либо давление друг на друга, поощряется аргументированное изложение собственных взглядов и идей [7]. Учитывая тот факт, что институт СМИ не во всех случаях ориентирован на достижение консенсуса и зачастую навязывает определенные ценностно-смысловые модели, теория Ю. Хабермаса о дискурсе как об этическом виде коммуникации, строящемся исключительно на принципах конструктивности, солидарности, компромиссности и бесконфликтности, представляется недостаточно релевантной при изучении и объяснении специфики коммуникации в медийном пространстве.

На наш взгляд, в дидактических целях наиболее продуктивной будет являться опора на лингвистический подход, учитывающий существенные характеристики дискурса, использование которых в качестве ориентиров целесообразно в обучении студентов-лингвистов. Тем не менее следует принимать во внимание специфику идеологического подхода, обнаруживающего проявления социокультурной заданности в дискурсе.

Нами, вслед за В. В. Красных, *дискурс* рассматривается как вербализованная речемыслительная деятельность в единстве процесса и результата, обладающая лингвистическим и экстралингвистическим планами [8]. Исходя из этого, *текст*, порожденный в конкретных обуславливающих его социальных условиях, априори является частью дискурса.

Представления о сущности медиадискурса можно условно разделить на две группы: как об особом виде дискурса, конструируемом институтом СМИ, и как о совокупности различных видов дискурса (политического, экономического, спортивного и т.д.), реализуемых в медиaprостранстве [9]. Мы понимаем *медиадискурс* как функционально обусловленный тип дискурса, выступающий в единстве процесса и результата речемыслительной деятельности в сфере массовой коммуникации, обусловленный лингвистическим и экстралингвистическим планами. По аналогии с тем, как дискурс результируется

в тексте, медиатекст является конечным произведением медиадискурса как процесса. Однако необходимо учитывать тот факт, что в медиалингвистике термин *медиатекст* не является тождественным термину *текст*, так как текст в современных медиа выходит за границы знаковой системы вербального уровня [10].

Вслед за Т. Г. Добросклонской мы понимаем *медиатекст* как «актуализированное в определённом медиаформате и объединённое общим смыслом последовательное сочетание знаковых единиц вербального и медийного уровней» [11, с. 30]. Вербальный уровень медиатекста рассматривается идентично ранее представленному в статье традиционному пониманию текста по И. Р. Гальперину, к медийному уровню относятся особенности графического, звукового, музыкального и другого оформления информации.

Для интерпретации медиадискурса значимым представляется учет его ключевых характеристик. В силу того, что медиатекст рассматривается как репрезентант медиадискурса, характеристики, относящиеся к нему, будут определять и медиадискурс в целом.

Одной из основополагающих характеристик медиатекста является *полиинтенциональность*. Термин *интенция* получил широкое распространение в лингвистике благодаря теории речевых актов Дж. Остина, в которой интенция трактуется как коммуникативное намерение и относится к иллокутивному аспекту речевого акта [12]. Отмечается, что в тексте совокупность речевых актов подчиняется «глобальной текстовой интенции», задающей общее смысловое содержание. Дискурс определенного типа, в свою очередь, может конструироваться из текстов, объединенных совпадающей текстовой интенцией, в данном случае называемой дискурсивной. Например, новостной медиадискурс базируется на интенции информирования аудитории, аналитический – ее убеждения и т.д. [13].

Среди интенций, которым подчинено создание любого медиатекста как продукта СМИ, могут быть следующие типы: идеологические, изначально заданные институтом профессиональной журналистики, издательские/редакционные, частные авторские. К институциональным интенциям СМИ относятся такие коммуникативные интенции, как информирование, анализ, убеждение, развлечение и т.д. [14].

Потенциальный ряд частных авторских интенций может быть чрезвычайно широк, однако в медиатекстах, как правило, эксплицируются только подчиняющиеся институциональной специфике. Так, например, медиаавтор может пытаться обозначить собственную позицию в случаях, когда это не обязательно, но адекватно в отдельно взятом жанре, например, в проблемной статье.

Полиинтенциональность определяется нами как характеристика, отражающая лежащую в основе медиатекста систему тексто- и дискурсообразующих коммуникативных намерений, продиктованных канонами речевой деятельно-

сти в СМИ в целом, типологической спецификой, национальной или редакционной политикой, отдельным автором/журналистом. Обучающиеся должны быть готовы узнать и различить интенции в медиатексте и с их учетом корректно интерпретировать прочитанное.

Как нами отмечалось ранее, состав медиатекста неоднороден. Наряду с вербальным компонентом в нем присутствует невербальный, медийный. Наличие медийных компонентов, влияющих на смысловое содержание медиатекста, позволяет обнаружить такую характеристику материалов СМИ, как *поликодовость*. По мнению А. Г. Сониной, поликодовость – это использование «в едином графическом пространстве семиотически гетерогенных составляющих – вербального текста в устной или письменной форме, изображения, а также знаков иной природы» [15, с. 117]. Из этого следует, что вербально выраженная информация тесно связана с информацией, выраженной визуально (фотографии, схемы, рисунки, анимация и т.д.), аудиально (звуковой ряд), аудиовизуально (видео). Медийные компоненты расширяют инструментарий автора, так как позволяют дополнить, уточнить или усилить замысел, что облегчает понимание и интерпретацию медиатекста реципиентом. Однако чрезмерное количество разнородных компонентов может значительно затруднять восприятие информации. Несмотря на то, что внедрение «клипового» способа предъявления информации в результате эволюции медиа повлекло за собой изменение человеческого сознания (защитная реакция организма на информационную перегрузку способствовала увеличению скорости обработки информации), в образовательном процессе необходимо учитывать тот факт, что избыточное количество разнородных компонентов затрудняет восприятие и обработку информации за счет снижения концентрации внимания обучающихся [16]. Данное обстоятельство должно обязательно учитываться при отборе медиатекстов, а также при их адаптации в учебных целях.

Находясь в медиaprостранстве, медиатекст не может быть изолирован от других медиатекстов, он всегда так или иначе связан с ними, имплицитно либо эксплицитно. Успешность интерпретации отдельного медиатекста может зависеть от понимания обуславливающих его смежных информационных материалов. Термин *интертекстуальность* был предложен Ю. Кристевой для объяснения проблемы диалогического взаимодействия текстов. В настоящее время существует два основных подхода к трактовке интертекстуальности: широкий и узкий.

В широком смысле интертекстуальность является сущностным свойством любого текста, включающим его в мировой коммуникативный процесс. Как отмечал Ю. М. Лотман, «текст вообще не существует сам по себе, он неизбежно включается в какой-нибудь исторически реальный или условный контекст» [17, с. 204]. Все медиатексты подключены к бесконечному информационному каналу: они связаны между собой тематически, хронологически и т.д.

Интертекстуальность, понимаемая в узком смысле, определяется как проникновение одного текста в другой на уровне формы и содержания. В. Е. Чернявской выделяются два уровня интертекстуальности: глубинный содержательно-смысловой и формальный. Содержательно-смысловой уровень интертекстуальных включений представлен цитатами, аллюзиями, реминисценциями, парафразом и др. [18]. В медиатекстах главными источниками интертекстуальных включений являются значимые фрагменты культуры прошлого и настоящего, а также актуальные фрагменты современной жизни. Формальный уровень интертекстуальности воплощается в виде прототипического продуцирования медиатекстов. Под *прототипом* понимается некоторая модель, схема построения медиатекста. Так, медиатексты информационного жанра в большинстве случаев строятся по принципу «перевернутой пирамиды», где наиболее важная информация переносится в начало текста [11]. Элементы иных текстов в медиатексте могут представлять особую сложность для студентов, так как понимание их смыслового содержания зависит от персональной эрудиции и полноты фоновых знаний читателя.

Одной из ключевых особенностей интернет-СМИ, расширяющей информационные возможности не только медиаавторов, но и реципиентов, является *гипертекстуальность*. В классификации типов межтекстового взаимодействия Ж. Женетта, предложенной в 1980-х, гипертекстуальность сводилась к типу взаимосвязи двух текстов: гипотекста и гипертекста. На основе подражания некоторому исходному, гипотексту, создается производный от него, гипертекст [19]. Развитие технологий способствовало тому, что понимание гипертекста изменилось. В информатике данный термин обозначает электронный документ, соединенный с другими электронными документами ссылками. Мы поддерживаем современное лингвистическое определение, согласно которому гипертекст является образованием, «информационные единицы которого соединены между собой в сети посредством ссылок и организованы нелинейным или мультилинейным способом» [20, с. 97]. Гипертекстуальность способствует размытию объема отдельного медиатекста, предоставляет возможность самостоятельно определять его границы и избирать удобную читательскую траекторию сообразно фоновым знаниям и временным ограничениям.

Подводя итог вышесказанному, отметим, что иноязычный медиадискурс является одним из наиболее актуальных аутентичных средств обучения студентов лингвистических специальностей иностранному языку и культуре в цифровую эпоху. Эффективность обучения студентов интерпретации иноязычного медиадискурса будет зависеть от учета сущностных характеристик медиадискурса, представленных через его дискретную единицу, медиатекст, и отбора релевантных целей обучения конкретной целевой аудитории аутентичных медиатекстов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гальперин, И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 138 с.
2. *Дейк, Т. А. ван.* Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
3. *Арутюнова, Н. Д.* Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. Энцикл., 1990. – С. 136–137.
4. *Кибрик, А. А.* Анализ дискурса в когнитивной перспективе : дис. в виде науч. доклада ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / А. А. Кибрик. – М., 2003. – 90 л.
5. *Фуко, М.* Археология знания / М. Фуко. – СПб. : ИЦ «Гуманитарная Академия», 2004. – 416 с.
6. *Пешё, М.* Прописные истины. Лингвистика, семантика, философия / М. Пешё // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса. – М. : ОАО ИГ «Прогресс», 1999. – С. 225–290.
7. *Хабермас, Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас; пер. с нем. под ред. Д. В. Скляднева. – СПб. : Наука, 2000. – 379 с.
8. *Красных, В. В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
9. *Кожемякин, Е. А.* Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания [Электронный ресурс]. – 2010. – № 12 (83). – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kommunikatsiya-i-mediadiskurs-k-metodologii-issledovaniya>. – Дата доступа : 10.02.2022.
10. *Добросклонская, Т. Г.* Массмедийный дискурс как объект научного описания / Т. Г. Добросклонская // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания [Электронный ресурс]. – 2014. – № 13 (184). – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/massmediynyy-diskurs-kak-obekt-nauchnogo-opisaniya>. – Дата доступа : 15.03.2022.
11. *Добросклонская, Т. Г.* Медиалингвистика: теория, методы, направления / Т. Г. Добросклонская. – М., 2020. – 180 с.
12. *Остин, Дж. Л.* Слово как действие / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1986. – Вып. XVII: Теория речевых актов. – С. 22–129.
13. *Клушина, Н. И.* Интенциональный метод в современной лингвистической парадигме / Н. И. Клушина // Медиаскоп: электронный науч. журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. – 2012. – № 4. – Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/1242>. – Дата доступа : 11.03.2022.
14. *Дускаева, Л. Р.* Интенциональность речевой деятельности журналиста: онтология и структура / Л. Р. Дускаева // Вестн. СПбГУ. Язык и литература [Электронный ресурс]. – 2012. – № 2. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru>.

ru/article/n/intentsionalnost-rechevoy-deyatelnosti-zhurnalista-ontologiya-i-struktura. – Дата доступа : 19.04.2022.

15. Сонин, А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления / А. Г. Сонин // Вопросы языкознания. – М., 2005. – № 6. – С. 115–123.

16. Басовская, Е. Н. Информационный шум как воздействующий компонент медиатекста / Е. Н. Басовская // Вестн. ЧелГУ [Электронный ресурс]. – 2014. – № 7 (336). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnyu-shum-kak-vozddeystvuyuschiy-komponent-mediateksta>. – Дата доступа : 21.02.2022.

17. Лотман, Ю. М. Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки / Ю. М. Лотман. – СПб. : Искусство, 2000. – 704 с.

18. Чернявская, В. Е. Интертекстуальность как текстообразующая категория в научной коммуникации (на материале немецкого языка) : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / В. Е. Чернявская. – СПб., 2000 – 422 л.

19. Genette, G. Palimpsestes. La litterature au second degree / G. Genette. – Paris : Editions du Seuil, 1982. – 467 p.

20. Колпакова, Г. В. Текст и гипертекст / Г. В. Колпакова // Филологические науки. Вопросы теории и практики [Электронный ресурс]. – 2016. – № 5. – 3 (59). – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/tekst-i-gipertekst>. – Дата доступа : 12.04.2022.

Поступила в редакцию 15.06.2022