

**А. И. Дереченик** (*Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы*)

## К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ МЕДИАДИСКУРСА

В статье рассматриваются различные научные подходы к определению содержания понятий *дискурс*, *медиадискурс*, *медиатекст*. Представлена их тесная взаимосвязь. Описаны ключевые вопросы соотношения и разграничения данных терминов, основные механизмы их взаимодействия. Особое внимание уделяется медиадискурсу и медиатексту. Раскрываются основные признаки данных понятий как составляющих информационного пространства.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** текст; дискурс; медиалингвистика; медиадискурс; медиатекст.

The article discusses various scientific approaches to defining the content of the concepts of «discourse», «media discourse», «media text». Their close relationship is presented. The key issues of correlation and differentiation of these terms, the main mechanisms of their interaction are described. Particular attention in the article is paid to media discourse and media text. The main features of these concepts as components of the information space are revealed.

**К e y w o r d s:** text; discourse; mediallynguistics; mediadiscourse; mediatext.

В современном обществе происходит приспособление всей системы культуры к активно развивающемуся глобальному информационному процессу. В данных обстоятельствах значимое место занимают средства массовой информации (СМИ), которые «фактически контролируют всю нашу культуру, пропуская ее через свои фильтры» [1, с. 17]. Именно СМИ называют сегодня «четвертой властью», поскольку они оперативнее, мобильнее реагируют на события, происходящие в обществе. В XX веке язык СМИ стал рассматриваться внутри медиалингвистики, «предметом которой является изучение функционирования языка в сфере массовой коммуникации» [2, с. 34]. В центре изучения данного научного направления находятся понятия *медиадискурс* и *медиатекст* как составляющие информационного процесса. По словам Т. Г. Добросклонской, «тексты массовой информации, или медиатексты являются сегодня одной из самых распространенных форм бытования языка, а их совокупная протяженность намного превышает общий объем речи в прочих сферах человеческой деятельности» [2, с. 5].

Цель данной статьи – проанализировать различные подходы исследователей к определению медиадискурса и медиатекста, выявить основные характеристики данных понятий.

*Дискурс* является базовым понятием современной научной парадигмы лингвистического знания. Исследованием дискурса и его типов в разные периоды развития языка занимались Н. Д. Арутюнова [3], Э. Бенвенист [4], В. Г. Борботько [5], Т. А. ван Дейк [6], В. И. Карасик [7] и др. Однако при достаточно большом количестве научных работ в этой области единого понимания данного явления пока не разработано. Это обусловлено тем, что дискурс – междисциплинарный объект, который оказался на стыке целого ряда научных дисциплин, таких как лингвистика, литературоведение, социология, философия, психология, антропология и других. Как правило, разные научные школы по-своему трактуют дискурс.

В нашем исследовании под дискурсом мы понимаем «коммуникативный процесс последовательного упорядоченного обмена смысловыми единицами семиотической природы, отражающий конкретный обособленный фрагмент социальной реальности, совокупный результат этого процесса» [8, с. 219].

Современная теория дискурса начала складываться в самостоятельную область науки лишь в середине 60-х годов XX века. Однако попытки дать определение термину *дискурс* существовали и ранее. Так, во французском языке под словом *discourse* понимали диалогическую речь. Уже в XIX веке данный термин имел несколько значений: 1) диалог, беседа; 2) речь, лекция. В данных определениях прослеживается назревшая в науке потребность учитывать не только характеристики текста как такового, но и текста как «послания», адресованного кому-либо и выражающего коммуникативные потребности адресата и автора.

Обобщив различные определения дискурса, можно выделить три подхода к пониманию данного явления: коммуникативный (дискурс как вербальное общение), структурно-текстовый (дискурс как фрагмент текста, т.е. образование выше уровня предложения), социально-прагматический (дискурс как текст, погруженный в ситуацию общения). Данные подходы позволяют сделать вывод о тройственной природе дискурса: один план данного явления обращен к типовым ситуациям общения, другой – собственно к тексту, третий – к процессам, происходящим в сознании участников общения.

В современной лингвистике вопрос определения понятия *дискурс* остается дискуссионным, однако во всех дефинициях он рассматривается как сложное языковое явление, которое включает в себя такие компоненты, как текст и речь, в неразрывной связи с экстралингвистическими факторами, необходимыми для порождения высказывания.

Особой разновидностью дискурса является медиадискурс. В современной лингвистике нет единого понимания и медиадискурса. Существует множество синонимичных наименований данного термина. Среди основных используются: *медиадискурс* (Т. Г. Добросклонская [2]), *массмедийный дискурс* (Н. Н. Панченко [9]), *медийный дискурс* (А. В. Кибрик [10]), *массово-информационный дискурс* (В. И. Карасик [7]), *дискурс массовой коммуникации* (Л. К. Граудина [11]), *дискурс массмедиа* (Е. И. Шейгал [12]) и другие.

В данной работе под медиадискурсом мы понимаем «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» [13, л. 132].

Необходимо внести ясность в определения понятий *медиадискурс* и *медиа текст*.

В работе Е. А. Кожемякина [14] рассматриваются два подхода к определению понятия медиадискурса. Согласно первому, «медиадискурс – это специфичный тип речемыслительной деятельности, характерный исключи-

тельно для информационного поля масс-медиа» [14, с. 13]. В этом понимании следует различать медиадискурс и другие самостоятельные типы дискурса, как, например, политический, религиозный, научный и т.д. Согласно второму подходу, «медиадискурс мыслится как любой вид дискурса, реализуемый в поле массовой коммуникации, продуцируемый СМИ» [14, с. 16]. При данном подходе медиадискурс трактуется как объединение различных типов соприкасающихся дискурсов и включает в себя элементы политического, экономического и других видов дискурса.

Среди основных признаков медиадискурса отмечают:

- 1) групповую соотнесенность (адресант разделяет взгляды своей группы);
- 2) публичность (открытость, ориентированность на массового адресата);
- 3) диссенсную ориентированность (создание противоречия с последующей дискуссией);
- 4) инсценированность и массовую направленность (воздействие на несколько групп одновременно [2, с. 27–40]).

Медиадискурс реализуется в форме медиатекстов. Данный термин стал активно использоваться в 90-е гг. XX в. в работах зарубежных лингвистов (Т. А. ван Дейк [6]). Н. А. Кузьмина определяет медиатекст как «динамическую сложную единицу высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» [15, с. 13]. Развернутое определение медиатекста дает Я. Н. Засурский: «Медиатекст – новый коммуникационный продукт, который может быть включен в разные медийные структуры вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов, а также в разные медийные обстоятельства: газеты, журналы, радио, телевидение и т.д.» [16, с. 6]. Из данного определения следует, что медиатекст обладает сложной структурой, которая включает в себя единицы не только вербального уровня, но и графическое изображение, видео, аудиоматериал. Таким образом, «текст (в традиционном своем понимании) значительно расширяет свои границы внутри массмедийного пространства, выходит за рамки вербального уровня, приобретая при этом признаки многослойности, становясь не только последовательностью слов, но и цепочкой знаков любых других семиотических систем – графических, звуковых и т.д.» [2, с. 154].

Из вышеизложенного следует, что «текст – это сообщение, медиатекст – сообщение плюс канал, медиадискурс – сообщение со всеми прочими компонентами коммуникации» [2, с. 54]. Понятия текста, дискурса, медиатекста, медиадискурса тесно взаимосвязаны и имеют ряд схожих признаков. Если дискурс – это «речь, погруженная в жизнь» [2, с. 136], то медиадискурс – «речь, погруженная в жизнь и массмедийное пространство» [17, с. 53]. Н. А. Кузьмина выделяет следующие признаки медиатекста:

- 1) медийность;
- 2) массовость (изменение фигур автора и адресата: текст СМИ – чаще коллективный продукт, а адресат – массовая аудитория);
- 3) интегративность (поликодовость);
- 4) открытость (медиатекст обычно представляет собой структуру, которая свободна для дальнейшей интерпретации) [15, с. 13–16].

Следует отметить, что единой классификации медиатекстов в современной лингвистике не существует, так как отсутствует общий критерий, по которому можно распределить медиатексты на группы. С этим связано множество классификаций данного понятия. Так, Т. Г. Добросклонская [2] предлагает следующие критерии: а) способ производства текста (авторский – коллегиальный); б) форма воспроизведения (устная – письменная); в) форма создания (устная – письменная); г) канал распространения (средство массовой информации – носитель: печать, радио, телевидение и др.); д) функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, публицистика (features), рекламные тексты) [2, с. 5].

Таким образом, наличие в современной лингвистике многочисленных подходов к определению дискурса, медиадискурса свидетельствует о том, что данные понятия сегодня выступают одними из наиболее востребованных и актуальных. Дискурсивный подход особенно значимое место занимает в сфере массмедийных технологий, в которой люди создают и передают свои мысли, знания, ориентиры, убеждения, создавая свою картину мира.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Моль, А.* Социодинамика культуры / А. Моль ; пер. с фр., вступ. ст., ред. и примеч. Б. В. Бирюкова, Р. Х. Зарипова, С. Н. Плотникова. – 3-е изд., стереотип. – М. : ЛКИ, 2005. – 416 с.
2. *Добросклонская, Т. Г.* Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) : учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. – М. : Наука, 2008. – 264 с.
3. *Арутюнова, Н. Д.* Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд., доп. – М. : Большая рос. энцикл., 2002. – С. 136–137.
4. *Бенвенист, Э.* Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – М. : Прогресс, 1974. – 446 с.
5. *Борботько, В. Г.* Принципы формирования дискурса / В. Г. Борботько. – М. : Либроком, 2011. – 288 с.
6. *Дейк, Т. А. ван.* Стратегии понимания связного текста / Т. А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике : сб. ст. / сост. и ред. : В. В. Петров, В. И. Герасимов. – М. : Прогресс, 1988. – Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. – С. 153–211.
7. *Карасик, В. И.* Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 390 с.
8. *Сулина, О. В.* Политический медиадискурс как элемент дискурсивного пространства / О. В. Сулина // Вестн. ВГУ. Сер. : Филология. Журналистика. – 2014. – № 1. – С. 217–222.
9. *Панченко, Н. Н.* Лингвистическая реализация комического в английском новостном дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Н. Н. Панченко; Иркут. гос. лингвист. ун-т. – Иркутск, 2005. – 21 с.
10. *Кибрик, А. А.* Анализ дискурса в когнитивной перспективе : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. А. Кибрик ; Рос. акад. наук, Ин-т языкознания РАН. – М., 2003. – 90 л.

11. Граудина, Л. К. Культура русской речи : учеб. пособие для вузов / Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяев. – М. : Норма-инфра, 1999. – 560 с.
12. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Е. И. Шейгал ; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2000. – 431 л.
13. Желтухина, М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / М. Р. Желтухина ; Рос. акад. наук, Ин-т языкознания РАН. – М., 2004. – 358 л.
14. Кожемякин, Е. А. Массмедиа и обратная связь: точка зрения социального конструкционизма / Е. А. Кожемякин. – Белгород : БелГУ, 2013. – 114 с.
15. Кузьмина, Н. А. Современный медиатекст : учеб. пособие / Н. А. Кузьмина. – М. : Флинта, 2013. – 416 с.
16. Засурский, Я. Н. Колонка редактора : медиатекст в контексте конвергенции / Я. Н. Засурский // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 3–6.
17. Уварова, Е. А. Медиатекст и медиадискурс : к проблеме соотношения понятий / Е. А. Уварова // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер. Лингвистика. – 2015. – № 5. – С. 47–54.