

ОБЪЕКТИВАЦИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ КАРТИНЫ МИРА В РАЗНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА

УДК 81.161'42:070(476)

А. А. Биюмена, к.ф.н.

Минский государственный лингвистический университет, Минск, Беларусь

ОБ ОДНОМ СПОСОБЕ ЭКСПЛИКАЦИИ ДИАЛОГИЧНОСТИ В БЕЛОРУССКОЙ ПРЕССЕ

Рассматривается диалогичность как прагматическая категория печатного медиадискурса. Анализируется потенциал прецедентных феноменов как способа экспликации диалогичности в прессе Беларуси.

К л ю ч е в ы е с л о в а: *медиадискурс, пресса, диалогичность, прецедентный феномен.*

Медиадискурс представляет собой особое коммуникативное пространство, характеризующееся массовым адресатом и социальной значимостью информации, в котором формируется медиакартина мира как его специфическая проекция, отражающая и создающая социальную реальность. Медиадискурс выполняет важные социальные функции, включающие в себя формирование ценностных ориентаций общества, социализацию индивидов, интеграцию и консолидацию общества.

Функционирование медиадискурса детерминировано рядом экстралингвистических факторов – идеологическими установками конкретного общества, политической, социокультурной, экономической, демографической ситуацией и т. д. Дихотомия «свои – чужие» выступает в роли фундаментальной оппозиции медиакommunikации, определяющей выбор тактико-стратегического и языкового репертуара для репрезентации тех или иных объектов и распределение аксиологически маркированных знаков в медиатексте. Конститутивными особенностями медиадискурса являются ритуализованность и экспрессивность, аксиологичность и социальная оценочность.

Прагматические категории медиадискурса – это его фундаментальные характеристики, обеспечивающие эффективность коммуникации и прагматического воздействия на реципиента. При этом диалогичность представляет собой макрокатегорию, на которой базируется установление контакта между адресантом и адресатом медиатекста и поддержание субъект – субъектных отношений между ними, что, в свою очередь, лежит в основе реализации других прагматических категорий в пространстве медиадискурса.

Диалогичность является базовым свойством газетного текста, предполагающим адресованность журналистских материалов читательской аудитории и нацеленность на ее ответную реакцию.

Один из типов диалогичности в прессе – интертекстуальная диалогичность как связь данного текста с другими текстами, соотнесенность отдельного текста с определенным текстовым типом как моделью производства и восприятия аналогичных текстов [1, с. 64]. Интертекстуальность манифестирует текстовую открытость, отражающую «процесс “разгерметизации” текстового целого через особую стратегию соотнесения одного текста с другими текстовыми / смысловыми системами и их диалогическое взаимодействие в плане и содержания, и выражения» [1, с. 176].

Мы проанализировали **прецедентные феномены (ПФ)** в 210 заголовках статей, опубликованных в белорусских республиканских, областных, районных, городских газетах. Результаты исследования показывают, что значительная доля прецедентных феноменов в материалах печатных изданий является отсылками к художественным произведениям советского периода, что обусловлено ориентацией газет на «своего» читателя.

Так, 12,4 % всех ПФ материале исследования отсылают читателя к фильмам и мультфильмам советского периода: *Он обещал – он вернулся* («Союз», 25.06.2020); *Прыгажуня, разумніца, адказны чалавек* («Витебские вести», 28.01.2020), *Пес Барбос и необычный спрос* («Минский курьер», 03.06.2020); *Свой среди своих* («Мінская праўда», 17.12.2019); *Единственная и неповторимая* («Кричевская жизнь», 25.06.2018); *Обыкновенное чудовище* («Минский курьер», 03.12.2021); *Последние из могикан* («Народная газета», 03.12.2021); *Добро пожаловать, или Посторонним вход воспрещен* («Гомельская праўда», 03.12.2020).

Более четверти всех прецедентных феноменов в материале исследования (28,1%) – это строки из песен, популярных в СССР: *Дорогие мои земляки...* («Кричевская жизнь», 25.06.2018); *Материнское сердце – не камень* («Кричевская жизнь», 18.06.2018); *На недельку... Я уеду...* («Лунінецкія Навіны», 01.08.2017); *Отслужи как надо и учись* («СБ-Беларусь сегодня», 06.06.2020); *Школьной ярмарки краски* («Сельская газета», 28.08.2018); *Мои года – мое здоровье* («Витебские вести», 29.02.2020); *Чуть помедленнее гоним* («Сельская газета», 28.08.2018); *Солнечный круг* («Минский курьер», 05.06.2020).

Также в проанализированных заголовках встречаются названия и строки из литературных произведений советского периода, в том числе, написанных для детей (2,9 %): *Утиная пехота* («Минский курьер», 02.06.2020); *А у нас в квартире газ!* («Кричевская жизнь», 13.02.2021);

Использование ПФ в медиадискурсе выполняет информативную и аргументативную функции, усиливает выражаемые идеи, оценки и экспрессивную насыщенность журналистского произведения и служит средством эстетического воздействия на аудиторию. Функционируя в пространстве прессы, прецедентные феномены выполняют также функции привлечения внимания адресата, передачи смысла сообщения и создания эффекта комического. Их использование в заголовках нередко выполняет людическую (игровую функцию) – создатель текста вовлекает адресата в игру, целью которой является припоминание цитаты и ее источника, побуждение реципиента к активной мыслительной работе.

В рамках рассмотрения медиакоммуникации как равноправного диалогического общения адресанта и адресата весьма значимой нам представляется парольная функция прецедентных единиц, заключающаяся в демонстрации принадлежности автора текста к той же социальной группе, что и читатели, моделировании общности адресанта и адресата через понимание имплицитных смыслов и коннотаций [2; 3, с. 29] – читатель, «откликаясь на пароль, названный автором, становится как бы “своим”, “посвященным”. Таким образом, читатель и автор образуют своего рода “команду”, группу единомышленников, понимающих друг друга и отделяющих себя от “непосвященных”» [4, с. 143–144]. Таким образом, рассматриваемые единицы служат фактором солидаризации, объединения адресата и адресанта на основе общего жизненного опыта.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Чернявская, В. Е.* Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – М. : Либроком, 2009. – 248 с
2. *Верховцова, Т. О.* Лингвокультурные особенности функционирования прецедентных феноменов в заголовках газет (на материале русскоязычной прессы Беларуси) / Т. О. Верховцова // Веснік БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2008. – № 1. – С. 49–53.
3. *Каминская, Т. Л.* Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семантико-прагматическое исследование : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Т. Л. Каминская ; С.-Петербург. гос. ун-т. – СПб., 2009. – 45 с.
4. *Нахимова, Е. А.* Прецедентные имена в массовой коммуникации : монография / Е. А. Нахимова. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2007. – 207 с.