

В. И. Ивченко

(Белорусский государственный университет)

МЕДИАДИСКУРС СОВРЕМЕННОСТИ: СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ И ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

В статье рассматривается медиадискурс как совокупность интра- и экстралингвистических структур, отражающих «фрагмент» действительности и аккумулирующих в себе иерархию знаний о происходящем. Показано, как на основе познавательных моделей и проекции их на реальные ситуации конструируется информационный образ события, факта. Журналист, создающий текст, как и адресат, воспринимающий его, оперируют готовыми формулами, из которых выводится система социальной организации медиаречи. В современной медийной практике выстраиваются модели коммуникации, основанные на тексто-вебовой платформе, которые усложняются мультимедийными формами и определяют новые стилистические приоритеты.

Ключевые слова: медиадискурс, стилистические приоритеты, экстралингвистические факторы, текст, средства массовой информации, веб-сфера, язык, речь.

Victor I. Ivchenkov

(Belarusian State University)

MEDIA DISCOURSE OF MODERNITY: STYLISTIC PRIORITIES AND EXTRALINGUISTIC FACTORS

The article considers media discourse as a complex of intra- and extralinguistic structures which reflect "a fragment" of reality and accumulate the hierarchy of knowledge about events taking place. The article also reveals how on the basis of cognitive models and their projection on real situations the informational image of an event or a fact is being constructed. Both a journalist creating a text and an addressee who comprehends this text operate ready-made formulas which, in their turn, create a system of social organization of media speech. In contemporary media practice models of communication are built. They are based on a text-web platform and become more complex due to multimedia forms, and predetermine new stylistic priorities.

Key words: media discourse, stylistic priorities, extralinguistic factors, text, mass media, web sphere, language, speech.

Происходившие на рубеже XX и XXI веков преобразования в сфере коммуникации, новейшие информационные технологии радикальным образом изменили язык средств массовой информации, что обусловило появление нового прочтения журналистского произведения. В его основе лежит «фрагмент» действительности, порождающий его и интерпретированный его создателем. Произошла авторизация документального по своей природе дискурса СМИ, где журналист предстал перед читателем как личность, самостоятельно осмысливающая и оценивающая реальную ситуацию, как собеседник, который имеет свою мировоззренческую позицию. Через речевую индивидуальность усиливается стилистический эффект медиатекста.

Изучение экстралингвистических факторов медиадискурса дает основания для выявления и описания способов и стратегий подачи информации, как-то: обобщение и оценка в целях фильтрации негативной/позитивной информации; конверсия типичных выражений; формульная поправка или риторическая эмотивность; усиление вероятной уступки и способ условного обобщения; лексические повторы (привлечение внимания и актуализация незначительной информации, подчеркивание субъективных оценок, более значимых тем); контраст и «смягчение» информации; блокировка отрицательных выводов; пресуппозиции, импликации и др.

В Беларуси медиадискурс стал изучаться в русле стилистического направления, предметом которого был публицистический текст с его сугубо лингвистическим инструментарием. Этим белорусские исследования отличались от советских и позднее российских, ориентированных на богатую литературно-художественную традицию. Постепенно в отечественной практике формируется взгляд на медиатекст как на социальное действие, что было вызвано влиянием работ по социальной и политической обусловленности языковых явлений. В книге «Дискурс белорусских СМИ. Организация публицистического текста» (Іўчанкаў 2003) предпринята попытка показать, как в белорусской науке внедряются, развиваются и обогаща-

ются идеи Т. А. ван Дейка – основоположника дискурсного анализа СМИ. Его теория когнитивной обработки дискурса СМИ, вызывавшая в советском и постсоветском научном сообществе множество вопросов, спустя десятилетия уже не представляется чрезвычайно сложной и непонятной. Например, автором этих строк в качестве неперемного атрибута в решении вопроса о целесообразности посвящения себя науке аспирантам предлагалось ознакомиться с одной из первых переведенных на русский язык книг ученого – «Язык. Познание. Коммуникация» (1989). Она была мерилем дальнейшей научной судьбы. Это испытание прошли те, кто сегодня стал востребованным ученым и продолжает изучать медиа в русле исследования публицистического дискурса В. Короткевича (Жаўняровіч 2011), интертекстуальности как дискурсивной стратегии в современной манере письма журналиста (Зелянко 2012). Появились новые подходы к механизму распространения информации, который претерпевает существенные изменения под влиянием технологических процессов и эволюции в межличностном дискурсе веб-пользователей (Зайцев 2017). Исследовательский взгляд брошен на мировые конвергентные СМК как разновидность институционального типа массово-информационного дискурса (Луцинская 2017), на медиатекст как инструмент социального взаимодействия в интерактивной стилистике, как возможность двунаправленной коммуникации и совместность в создании значений (Десюкевич 2017). Эти составляющие аспектуально вписываются в современную теорию дискурса.

Не раз было отмечено, что семантический объем понятия «дискурс» разрастается до небывалых величин. Так происходит с каждым новым термином, активно входящим в научный оборот. По этому поводу Т. А. ван Дейк сказал: «Понятие «дискурс» так же сложно, как и многие другие понятия в науках, например, «язык», «коммуникация», «сознание», «мозг», «общество» или «власть». И многие другие. В зависимости от того, какой аспект нас интересует, дискурс можно определить как «использование языка», «форму коммуникации», «форму со-

циального взаимодействия», «речевой акт», «текст», «разговор» и так далее. Лингвистически говоря, дискурс – это связная последовательность письменных предложений или устных высказываний, выраженных в определенной коммуникативной ситуации с целью передачи информации или выполнения других социальных действий» (Дейк 2013: 4–5). Появляется исследовательская область, которую можно назвать дискурс-аналитикой и которая выходит за пределы сугубо лингвистики. На вопрос, что может предложить современная лингвистика обществу, ван Дейк справедливо заметил: «Во-первых, я бы себя назвал, скорее, не лингвистом, а дискурс-аналитиком. Дело в том, что дискурсный анализ гораздо шире собственно лингвистики. Именно в силу его широкого предмета изучения, дискурсные исследования как междисциплинарная область может очень многое предложить обществу помимо результатов стандартных лингвистических исследований» (Дейк 2013: 4).

В процессе когнитивной обработки дискурса СМИ создается информационный образ, что происходит на основе познавательных моделей и проекции их на реальные ситуации. Эти модели двуплановы по своей сути. Во-первых, они могут базироваться на изучении отдельного эпизода с целью выявить его сущностные характеристики и в последующем экстраполировать их на аналогичные явления и, во-вторых, только с помощью социального опыта, иных познавательных моделей человек способен связать отдельные фрагменты в систему, обуславливая таким образом их цельность. Можно утверждать, что журналист, создавая текст, как и адресат, воспринимающий его, должен оперировать не фактами, а представлениями, готовыми нарративными формулами, из которых выводится система социальной организации публицистической речи. Построить тексты в соответствии с этими моделями – творческая задача журналиста.

Качество информационного отображения деятельности человека в разных сферах жизни зависит от знания факторов, которые организуют бытие, создают коммуникатив-

ный эффект в тексте. Именно в таком ракурсе медиадискурс предстает как своеобразная иерархия знаний, как коммуникативное явление, охватывающее все аспекты общения, начиная с речевой организации и заканчивая погружением текста «в жизненное пространство», обеспечивающее общение и имеющее своей задачей наладить творческое сотрудничество, диалог между журналистом и читателем, слушателем, зрителем, пользователем интернета. Пути поиска организации такого сотрудничества вытекают из стилистической природы текста и его экстралингвистической направленности. Если первый компонент универсален, то второй зависит от общественно-политической ситуации, технократических приоритетов, национальных особенностей, научных предпочтений и др. Так, в работах белорусских ученых показана лингвистическая природа медиатекста, изучаемого в закономерной связи с социальным опытом и «билингвальной языковой памятью» общества. Медиатекст рассматривается как сложное коммуникативное явление, транспонированное в русло когнитивной обработки дискурса СМИ.

В современной медийной практике выстраиваются новые модели коммуникации, которые разрушают каноны т. н. линейного (вербального, сегментного) текста, и усложняются паравербальными, суперсегментными (креолизованными, семиотически обогащенными, поликодовыми) формами. Привычное конструирование медиатекста оказывается вне поля как имманентной, так и репрезентативной его трактовки. Классическое определение текста, данное советским ученым И. Гальпериным, – «произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого 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» (Гальперин 2006: 18) – не вписалось бы в рамки существующей речевой практики. Его развитие выделось

в экстраполяции: «под текстом необходимо понимать не фиксированную на бумаге устную речь, всегда спонтанную, неорганизованную, непоследовательную, а особую разновидность речетворчества, имеющую свои параметры, отличные от параметров устной речи» (Гальперин 2006: 18). Все характеристики устной речи И. Гальперин противопоставлял характеристикам текста: «Текст – не спонтанная речь; он лишь имплицитно рассчитан на слуховое восприятие; он не только линейен, он не только движение, процесс – он также стабилен» (Гальперин 2006: 19). В современном понимании онтологические и функциональные признаки его пополняются базовой характеристикой, обеспечивающей нелинейное расширение: гипертекстуальностью как воплощением смыслообразующего единства супер-, супра-, интер-, интрасегментных структур, объединяющих в себе неопределенное количество текстов (в силу их чрезвычайно активного воспроизводства) и позволяющих реализовать множество вариантов чтения, а также требующих одновременности восприятия и мышления. С гипертекстом сопряжены интерактивность и мультимедийность, что в свою очередь вызвано конвергентностью в медиа.

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. Требуется переосмысления и организация самого текста. Так, А. Вырковский в докторской диссертации «Управление процессами создания журналистского текста в печатных и онлайн-СМИ» своевременно указывает на необходимость нового взгляда на труд журналиста – текст. С привлечением управленческого инструментария предлагается оригинальная концепция процессного (операционного) подхода к его созданию. Текст погружен в центр обновленной теории медиаменеджмента: «Специфика современного медиапроизводства привела к тому, что труд журналиста стал своеобразной «валютой», имеющей хождение в медиаиндустрии – хотя организация работает по кардинально иным принципам, но набор операций, применяемых корреспондентом для создания

медиа текста, на удивление похож на тот, что применялся десятилетия назад» (Вырковский 2017: 6). Говоря о незначительной востребованности академической наукой исследования журналистского текста, автор справедливо утверждает: «Малоизученными остаются как его эмпирические особенности, так и имманентная сущность, что не позволяет создать полноценную теорию, особенно необходимую на современном этапе» (Вырковский 2017: 6).

Природа текста дуалистична, в нем сильно письменное начало, реализуются языковые возможности (парадигматика) и устанавливается речевая необходимость (синтагматика). Это следует из разграничения двух форм существования языка – устной и письменной, которые интегрируют глоттогенез естественного звукового языка с графическими системами, его фиксирующими. Сегодня все чаще в поле исследований входит третья форма – виртуальная как совмещение первых двух.

Средоточием вербальной деятельности современника является веб-сфера. Явно прослеживается тенденция к формированию особой формы речи – вне функциональных стилей. Наблюдается отторжение нормы. В выражении мыслей интернет-пользователь не готов следовать стилистическим канонам. Или не желает / не может этого делать. Например, так позиционирует себя проект adme.ru: «О творчестве во всех его вариантах – от высокого искусства до крутых объявлений на подъездах. ... Наша задача – делать в сети произведение искусства. Чтобы все самое лучшее и яркое было собрано в одном месте, у нас». И далее: «Пирожки» (они же «перашки») – образец глубины мысли безо всякого пафоса и занудства. Коротко, ясно, забавно и точно за 34 слога. И никаких знаков препинания, заглавных букв и рифм» (<https://www.adme.ru/svoboda-kultura/pirozhki-i-poroshki-602405/>). Разработчики проекта пошли дальше и внедряют «порошковую» поэзию, в стихах которой четные строки рифмуются, причем последняя строка состоит всего из двух слогов. Такие явления не могут оставаться вне исследовательского внимания. Они представляют собой не банальное экспериментаторство, а демон-

стрируют гиперреальные свойства возбужденного сознания, создают своего рода симулякрию, в которой человек лишь имитирует жизнь. Демонстрируются новые структуры, выводимые из языка интернета. Бранко Тошович в статье «Стилистический интернет» говорит о т. н. эксклюзивных стилях, к которым относит: эмейловый, твиттерский, блогговый, эсемесовский, демотиваторский, «пирожковый», «порошковый» (Тошович 2017: 143). На какой платформе они возникают и какое отношение имеют к функции? Они выделяются по разным признакам, иногда самым непредсказуемым: «Сетевая стилевая дифференциация состоит из нескольких разновидностей: вертикализованной, медиализованной, эстетизованной, валоризованной, глобализованной, операционализованной, персонализированной и квантифицированной» (Тошович 2017: 140).

Публицистическая речь всегда находилась на уровне вероятностей, была и остается ситуативной. Как бы в ней ни закладывались стандарт и клише (грамматический каркас), как бы ни внедрялись идеологемы и лозунги, она направлена на живое общение, на обмен мыслями, на воздействие, без которого не имело бы смысла ее существование. Речь журналиста в системной организации сопряжена с вербальным потоком и подчиняется ему. У нее есть одно специфическое свойство: в силу своей оперативности (обработки, распространения и восприятия), пронцаемости, открытости и доступности в ней могут проявляться асистемные для конкретного периода развития языка свойства. Это касается всех его уровней. По меткому замечанию Г. Я. Солганика, язык СМИ – это лаборатория, в которой куются средства для литературного языка.

Войдя в социальные сети, адаптируясь к условиям коммуникации в интернете, СМИ меняют продукт журналистского труда – текст, его функциональные параметры не вмещаются в заданные рамки публицистического стиля, а диктуются больше когеренцией (сопряженностью), условиями, местом, способом, сферой информационного погружения.

Представление о семантической связанности мира зависит от знаний о нем, отра-

женных в макро- и микростратегиях. СМИ по функциональному предназначению направлены на целевую аудиторию, стратифицированную по разным признакам. По сути, медиатекст, реализованный в телевизионных репортажах, печатных и интернет-СМИ, радиальных эфирах – это возведенные в реальность представления о событиях и самой жизни: политике, войне, экономике, культуре, образовании и проч. Восприятие того или иного медиасобытия опирается на наличие в сознании (или подсознании) определенных фреймовых структур, под которые адресат подстраивает свое видение мира.

В связи с непосредственной связанностью текста и стиля возникает вопрос об их отношении к дискурсу как коммуникативному явлению. По меткому замечанию Н. И. Клушиной, функциональная стилистика представляет собой научное достижение традиционной книжной эпохи, эпохи линейного текста. В ней стилистика организовывалась как система стилей. Сегодня доминирует вербоцентричный подход, который выражается в развитии когнитивного, коммуникативного / дискурсологического, интенционального и прагматического направлений, идущих «от человека», а не от «системы». Книжная эпоха сменилась медийной. Дискуссионным становится некритическое смешение стилистики и дискурсологии. Poleмика вызвана интегрирующим подходом к пониманию стиля и дискурса (Клушина 2017: 93).

Стилистика и формирующаяся дискурсология имеют разные пути исследования: интралингвистический (от формы к содержанию и связанные с этим философское и эстетическое) и экстралингвистический (коммуникативное явление, характеризующееся совокупностью факторов, непосредственно связанных с функционированием говорящего, представленное в тексте как иерархия знаний, стратегий и тактик, раскрывающих суть вопросов: кто создал текст, как, когда, зачем, почему...). Понятия дискурс и стиль не взаимозаменяемы, они взаимообусловлены и взаимодополняемы, вызваны эволюционным ходом познания: слово – текст – дискурс.

Литература

1. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: КомКнига, 2006. – 144 с.
2. Дейк ван Т. А. О трендах в дискурсном подавлении, европейском национализме и гуманитарной ядерной бомбе: интервью с Т. А. ван Дейком // Современный дискурс-анализ. – Вып. 9. – 2013. – С. 4–9.
3. Десюкевич О.И. Идиомы в белорусском интернет-пространстве: прагматика языковых вкраплений в диалогической речи // Стылістыка: мова, маўленне, тэкст. – Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2017. – С. 48–54.
4. Вырковский А. В. Управление процессами создания журналистского текста в печатных и онлайн-СМИ: дисс. ... д-ра филол. наук. – М., 2017. – 379 с.
5. Жаўняровіч П. П. Публіцыстычны дыскурс Уладзіміра Караткевіча. – Мінск: РІВШ, 2011. – 244 с.
6. Зайцев М. Л. Распространение контента современными медиа: тенденции и специфика // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2017. – № 2. – С. 19–23.
7. Зелянко С. В. Інтэртэкст у публіцыстычным маўленні. – Мінск : БДУ, 2012. – 195 с.
8. Іўчанкаў В. І. Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту. – Мінск: БДУ, 2003. – 257 с.
9. Клушина Н. И. Стилистика информационной эпохи // Стылістыка: мова, маўленне, тэкст. – Мінск: Адукацыя і выхаванне, 2017. – С. 92–97.
10. Луцинская О. В. Конвергентные средства массовой коммуникации в системе массово-информационного дискурса // Вестник Минск. гос. лингв. ун-та. Сер. 1. Филология. – Минск, 2017. – № 3(88). – С. 21–27.
11. Тошович Б. Стилистический интернет // Актуальные проблемы стилистики. – 2017. – № 3. – С. 133–145.