

## Х. НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МАССМЕДИЙНОГО ТЕКСТА И ДИСКУРСА

### ДИСКУРС В СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: СТАТУС И ФУНКЦИИ

*Кожемякин Евгений Александрович  
Белгородский государственный университет*

**Ключевые слова:** *дискурс, массовые коммуникации, функциональность дискурса, конструирование реальности.*

**Key words:** *discourse, mass communication, functionality of discourse, construction of reality.*

«Дискурсивный поворот» современных исследований массовой коммуникации представляет собой, на наш взгляд, результат методологических трансформаций, характерных для всего комплекса современных социально-гуманитарных наук. Выделение и описание одной из базовых категорий современной коммуникативистики – дискурса – становится возможным на общем методологическом фоне «человековедческих» исследований. Их наиболее специфичными чертами являются семиотизм, конструктивизм и антиреализм. Рассмотрим их подробнее.

Под семиотизмом современных исследований понимается последовательное развитие основной методологической позиции, сформулированной в сфере семиотики: «любые ... феномены – от обыденного мышления до искусства и философии – неизбежно закреплены в знаках и представляют собой знаковые механизмы, чье назначение можно и нужно эксплицировать и рационально объяснить» [Усманова 2001: 712]. Исследовательский акцент ставится на эффектах означивания (семиозиса, превращения не-знака в знак) и его измерениях – синтактики, семантики и прагматики. Важнейшими «семиотическими» вопросами современных исследований являются не только «Что скрывается за этим знаком?» и «Что это означает?», но и «Как это семиотически устроено?» и «К каким последствиям приводит то или иное функционирование знака?».

Иными словами, семиотизм современных исследований массовой коммуникации означает, что исследователи принимают установки на изучение не «ускользающего» объектного мира, но мира знакового; на изучение процессов интерпретации и создания смысловых эффектов сообщений; на изучение очевидных и скрытых знаковых феноменов.

С основными положениями семиотически ориентированных методологий связаны также базовые допущения конструктивистского характера.

Под конструктивизмом понимается такой «режим» исследования, при котором любой изучаемый факт представляет собой не константную автономную целостность, но вторичный элемент, продукт деятельности социального сознания, конструкт. Главной задачей в таком контексте является не об-

нарушение первичных механизмов или явлений, побудивших людей к созданию тех или иных конструктов, но анализ условий, способов и результатов конструирования. Массовая коммуникация рассматривается в таком ракурсе как одно из основных таких условий. Конструктивистский взгляд и на сознание, и на мышление, и на самополагание человека предполагает рассмотрение их не как относящихся к некоторому «объектному» миру, но как опосредованных текстовой (знаковой) реальностью. Таким образом, основные положения конструктивизма сводятся к постулированию «обратной зависимости» между сознанием и реальностью (сознание конструирует реальность).

С вышеперечисленными характеристиками современного состояния современных научных парадигм связан также и их антиреализм. Под последним понимается не буквально отрицание реальности, но утверждение о множественности и взаимообусловленности жизненных миров современного человека. Обозначая виртуальность как наиболее характерный «синдром» современности, исследователи подчеркивают искусственный, условный характер большинства современных ценностей, практик, различий, установок, транслируемых средствами массовой коммуникации. Это та ситуация, когда, например, чаты становятся моделью построения отношений с реальными людьми, а искусственные идеологии определяют судьбу наций и государств.

Эти базовые методологические установки современных исследований массовой коммуникации приводят к «недовольству» исследователей классическим содержанием понятий «язык», «коммуникация», «речевое поведение». Буквально в течение нескольких десятилетий в науке рождается, развивается и прочно закрепляется новый термин и, соответственно, новая категория – дискурс. Его столь стремительная эскалация затрудняет дать дискурсу какое-то одно определение.

В настоящее время термин «дискурс» употребляется в нескольких значениях и применительно к различным объектам. Предлагаемая нами парадигмальная классификация трактовок модифицирует типологию М. Макарова [Макаров 2003: 83–99]. В рамках *формальной трактовки* дискурс рассматривается как относительно завершенное в смысловом и структурном отношении речевое произведение, т.е. как категория естественной устной или письменной речи. В *ситуационной трактовке* акцент ставится на прагматике реализации высказываний и их обусловленности культурными, социальными и психологическими факторами. В *функциональной трактовке* дискурсом обозначается любой способ использования языка в социальном контексте. Согласно *критической трактовке*, дискурс рассматривается как корпус предписаний, правил, требований и их практического выражения в целях рационализации, оценивания и наделения определенным смыслом социальных фактов.

Перечисленные основные трактовки дискурса свидетельствуют о многоаспектности и многопараметральности дискурса как предмета научного анализа. Исходя из приведенных выше трактовок дискурса, можно выделить следующие его аспекты: *синтаксические и стилевые характеристики языка* дискурса; *онтология* дискурса (типы объектов, виды детерминации одних объектов другими, способы существования этих объектов); *семантика языка* дискурса (способы

связи знаковых форм языка дискурса с их предметными значениями); *когнитивные структуры* дискурса (описание и объяснение фактов, формирование и обоснование гипотез, прогнозирование, а также логические средства дискурса); *прагматика* дискурса (типологические характеристики возможных адресатов (реципиентов) и адресантов (авторов) дискурса, разновидности их коммуникативных тактик, цели и задачи речевых актов); *цели* дискурса.

Итак, дискурс отличают от релевантных категорий языка, речи и коммуникации следующие характеристики: принадлежность к сфере действия (а не только к сфере ментальных конструктов); функциональность и ситуативность (а не отвлечённость); процессуальность (реальное лингвосоциальное речепроизводство, а не оперирование предзаданными ментальными конструктами); диалогичность и полифоничность (а не монологичность); отнесение к событийности (а не к повторяемости или предзаданности); проективность (а не только способность отражать действительность).

Дискурс, обладая перечисленными характеристиками, актуализирует язык (как абстрактную знаковую систему) и тексты (как абстрактные ментальные конструкты). Дискурс вбирает в себя все случайные, ситуативные, специфические свойства, обусловленные конкретными агентами, действующими в конкретных условиях.

В нашем понимании *дискурс* – это произведенная в определенных исторических и социальных рамках, институционально организованная и тематически сфокусированная система знаковых форм, рецепция которой способна повлиять на модели субъективного опыта человека, его внутреннюю репрезентацию мира, убеждения и поведение. Дополним эту дефиницию некоторыми пояснениями.

Во-первых, дискурс биполярен: в коммуникативном «пространстве» он имеет две «отправные» точки, то есть – автора (субъекта, производящего его) и реципиента (субъекта, воспринимающего этот дискурс).

Во-вторых, дискурс мотивирован: автор дискурса создает его с намерением что-то изменить в реципиенте (в познавательном, психологическом или поведенческом планах).

В-третьих, дискурс всегда имеет референта, то есть он является речевой проекцией некоторой внелингвистической реальности. Дискурс (как и язык) интенционален, он всегда «о чем-то», что отлично от него самого. Дискурс всегда может быть интерпретирован в системе отношений «знак – означаемое». Но при этом нельзя отрицать конструктивно-проективные характеристики (функции) дискурса: дискурс не только отражает действительность, но и конструирует ее. Также необходимо понимать, что любая осмысленная деятельность опосредована речевой деятельностью; мышление современного человека коммуникативно, диалогично и дискурсивно. Нормы взаимодействия и поведения всегда так или иначе закреплены в языке, более того речевая деятельность используется как активный инструмент контроля и регламентации поведения и взаимодействия.

В-четвертых, дискурс интерсубъективен: в условиях массовой коммуникации смысловое содержание дискурса доступно разным реципиентам.

В-пятых, дискурс включает в себя корпус институциональных норм и правил, делающих возможным его «прозрачность» и наделяющих автора и реципиента сходными коммуникативными «кодами».

Исходя из вышеперечисленных специфичных черт и статусных характеристик дискурса, мы можем обозначить его основные функции в массовой коммуникации.

*Когнитивная функция* выражается в том, что с помощью дискурса коммуниканты описывают, объясняют положение вещей в определенной предметной области, строят прогнозы и предположения. В рамках этой функции дискурс представляет собой механизм означивания действительности, инструмент создания и закрепления знания в «процессах производства актов высказывания» (М. Пеше). Когнитивная функция дискурса в массовой коммуникации предполагает формулирование ответов на вопросы «что есть?» и «почему так?». Базовыми критериями результативности дискурса в данном случае будут «истинно – ложно». Однако, заметим, что в современных массовых дискурсах их референциальность не всегда является главным условием порождения смысла текстов. Напротив, симптоматичной для современного массового сознания является та ситуация, при которой «смысл некоторой текстовой последовательности постижим только тогда, когда эта последовательность рассматривается с привязкой к той или иной дискурсивной формации» [Pêcheux 1982: 35]. Так, смысл рассказа о некотором событии (новости) определяется совокупностью дискурсивных факторов: коммуникативным каналом, интенциями автора, его социальным и коммуникативным статусом, цитированием других событий, особенностями языка рассказа и, в конечном итоге, онтологическим статусом самого события (имело оно место в социальном мире или относится к виртуальным явлениям).

*Ценностная функция* дискурса выражается в том, что с его помощью люди дают оценку положению вещей, формируют определенное отношение к ним. В аспекте ценностной функции дискурс выступает как механизм регулирования «модуса» массового сознания: идеологии, мифы, коллективные верования основаны именно на аксиологических эффектах дискурса. Главными критериями результативности дискурса в данном случае являются «хорошо – плохо», «приемлемо - неприемлемо». На основании этой функции происходит консолидация субъектов дискурса, а значит, последующее его воспроизводство. Таковы, например, дискурсы современных корпоративных культур: тот факт, что все члены коллектива разделяют одни ценности и актуализируют одни ценностные суждения, а, значит, разделяют социальное окружение на «своих» и «чужих», позволяет корпорации воспроизводить саму себя.

В аспекте *конструирующей функции* дискурса коммуниканты создают образ желательного или необходимого в будущем, проектируют будущее положение вещей и формируют нормы его построения. Дискурс выступает в качестве механизма воспроизводства социальной реальности, и именно условия массовой коммуникации в этом случае представляются наиболее «выгодными» для такого воспроизводства. Критериями результативности дискурса являются «должно – недолжно», «нормально – ненормально». Например, в высшей степени дискурсивными являются законодательные практики, при которых некоторая последо-

вательность высказываний (или текстов) имеет нормирующий (конструирующий) эффект: закон как текст, будучи артикулированным, переданным и воспринятым, стимулирует одни действия и блокирует другие.

И, наконец, собственно *коммуникативная функция* предполагает, что с помощью дискурса люди оказывают определенное воздействие друг на друга: они (пере)убеждают, сообщают, принуждают и так далее. В таком аспекте дискурс может быть интерпретирован как деятельность, а любое высказывание в рамках дискурса – как действие и поступок, совершенный в определенном контексте. Таковы, например, политический или религиозный дискурсы, в которых определенные акты высказывания (обращение к гражданам, предвыборные дебаты, молитва, исповедь) рассматриваются как значимые и необходимые действия.

На наш взгляд, массовые коммуникации представляют собой те условия и то поле, в которых дискурс как сложное многоаспектное явление наиболее активно и явно начинает проявлять свой статус и функции. Это означает, что эффективность (или результативность) дискурса в значительной степени зависит сегодня не только и не столько от его внутренней организации, сколько от интердискурсивных характеристик, то есть от условий его (вос)производства в контексте массовой коммуникации.

#### *Литература*

1. *Макаров М.* Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003.
2. *Усманова А.Р.* Семиотика // Постмодернизм. Энциклопедия. – Минск, 2001, С.712.
3. *Фуко М.* Порядок дискурса: инаугурационная лекция в Коллеж де Франс 2.12.70 // Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. - М.: Касталь, 1996. - С. 49–96.
4. *Dijk T. van.* Discourse as social interaction: a multidisciplinary introduction. London: Sage, 1997. Vol. 1.
5. *Dijk T., van.* Discourse and communication: a new journal to bridge two fields // Discourse and communication. 2007. Vol. 1. № 1. P. 5–7
6. *Fairclough N.* Critical discourse analysis. London: Longman, 1995.
7. *Pecheux M.* Language, semantics and ideology. London: Macmillan, 1982.
8. *Wetherell M., Potter J.* Discourse analysis and the identification of interpretative repertoires // Analysing everyday explanation. London: Sage, 1988.
9. *Wodak R.* Disorders of discourse. L.; N.Y.: Longman, 1996.

## **ИМПЛИЦИТНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ ВНУТРЕННЕЙ РЕЧИ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ**

*Приходько Анна Ильинична,  
Запорожский национальный университет*

Ключевые слова: *реклама, коммуникация, слоган, имплицитное содержание.*  
Key words: *advertisement, communication, slogan, implicit expression.*

Бессознательные, эмоциональные реакции, вызываемые рекламным сообщением, являются отображением мыслительной и коммуникативной деяте-