

Мірошниченко Ірина Григорівна –
старший викладач кафедри іноземних мов
Дніпропетровського національного університету
залізничного транспорту ім. академіка В. Лазаряна

Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу

Стаття репрезентує спробу аналізу та систематизації існуючих у лінгвістиці типологій мас-медійного дискурсу та підходів, на яких вони побудовані. Функційні особливості та складна структура цього виду дискурсу спричинили існування різних його класифікацій у сучасному мовознавстві. Учені типологізують його за каналами передачі інформації, за прагматичними та стильовими характеристиками, за соціокультурною направленістю, за стратегіями пред'явлення інформації, за жанровою специфікою, за соціальними категоріями.

Ключові слова: мас-медійний дискурс, типи мас-медійного дискурсу, особливості мас-медійного дискурсу, таксономія мас-медійного дискурсу.

Современные подходы к типологии массмедийного дискурса

Статья репрезентует попытку анализа и систематизации существующих в лингвистике типологий массмедийного дискурса и подходов, на которых они построены. Функциональные особенности и сложная структура этого вида дискурса привели к существованию разных его классификаций в современном языкознании. Ученые типологизируют его по каналам передачи информации, по прагматическим и стилистическим характеристикам, по социокультурной направленности, по стратегиям

представления информации, по жанровой специфике, по социальным категориям.

***Ключевые слова:** массмедийный дискурс, типы массмедийного дискурса, особенности массмедийного дискурса, таксономия массмедийного дискурса.*

Modern approaches to mass media discourse typologies

This paper is an attempt of representation of analysis and systematization of modern linguistic mass media discourse typologies and their approaches. The mass media discourse peculiarities and its complicated structure cause many different classifications of this discourse type in modern linguistics. Scientists categorize mass media discourse on information canals, pragmatic and stylistic characteristics, social and cultural directions, information representation strategies, genre specifications and social categories.

Key words: mass media discourse, mass media discourse types, mass media discourse peculiarities, mass media discourse taxonomy.

Постановка наукової проблеми та її значення. Проблематика досліджень мас-медійного дискурсу зайняла чільне місце в сучасному мовознавстві, що стало відображенням тих значущих соціальних, політичних, філософських, культурних, лінгвістичних тенденцій, закладених у самому функціонуванні даного типу дискурсу. Стрімкий розвиток новітніх технологій у ХХІ столітті сприяв сплеску поширення технічних засобів розповсюдження інформації та постійної уваги до неї сучасного індивіда, який не уявляє свого життя без преси, телебачення, радіо, мережі Інтернет. Учені наразі говорять про «медіатизоване суспільство» та «медіатизовану особистість». Тому комунікація за допомогою модерних медіа не лише викликала стійкий інтерес із боку ученої спільноти, але й сформувала новітню дослідницьку парадигму, яка розглядає мас-медійний дискурс як міждисциплінарну область дослідження, що включає аналіз мовних особливостей, соціальних, психологічних, комунікативних,

культурних, економічних, правових, філософських, політичних, просвітницьких, інформаційних та інших проблем, пов'язаних із метою та завданнями функціонування цього дискурсу. Для сучасного мовознавства важливою проблемою стала класифікація мас-медійного дискурсу. Дослідження даного завдання сприяє вирішенню багатьох актуальних питань медіалінгвістики: з'ясуванню суті самого феномену мас-медіа та його ієрархії, чіткішому окресленню структури даного виду дискурсу, розумінню взаємодії його складових, систематизації знань про функційні особливості.

Короткий аналіз досліджень. Складний аналіз мас-медійного дискурсу відображений у роботах таких зарубіжних мовознавців, як А. Белла, Т. ван Дейка, Т. Добросклонської, А. Дюранта, Є. Кожемякіна, Д. Крістала, М. Макарова, П. Паршина, А. Полонського, Г. Солганіка, М. Талбот, Дж. Річардсона, Д. Таннен, Р. Фаулера, Н. Феерклафа. Серед вітчизняних учених важливим доробком для медіадискурсивних досліджень стали наукові роботи лінгвістів А. Григораш, С. Єрмоленко, М. Жовтобрюха, Л. Кудрявцевої, О. Маковея, О. Мацько, Л. Пархонюк, О. Пономаріва, А. Приходька, К. Серажим, О. Сербенської, Л. Ставицької, І. Тирон та інших. Учені спрямовують свої зусилля для визначення суті мас-медійного дискурсу (або медіадискурсу, медійного дискурсу, як його називають у лінгвістиці), його функційних, прагматичних, когнітивних, мовних особливостей. Серед сучасних досліджень репрезентовані розвідки з проблем класифікації медіадискурсу, хоча вони не мають системного характеру. Так, таксономія мас-медійного дискурсу висвітлена у працях М. Желтухіної, В. Карасика, Є. Кожемякіна, Н. Оломської, А. Приходька, Ю. Шевлякової та інших. Але наукове завдання класифікації видів потребує принципово активнішої уваги з боку наукового товариства, вимагає комплексних досліджень з опорою на сучасну комунікаційно-прагматичну парадигму.

Мета і завдання розвідки. Метою нашої статті є систематизація існуючих у лінгвістиці типологій мас-медійного дискурсу та визначення підходів, на яких вони побудовані. До завдань дослідження ми включили такі:

охарактеризувати поширені у мовознавстві таксономії мас-медійного дискурсу та проаналізувати підходи до їх укладання.

Виклад основного матеріалу. У своєму широкому розумінні медіадискурс функціонує в медіапросторі та являє собою складноструктуровану систему мовленнєвої та технічної взаємодії. Крім власне висловлювання, учасників мовленнєвого акту, каналу спілкування, він поєднує велику кількість позамовних інтегральних складових, без яких не може функціонувати. Всюдисущість ЗМІ полонила життя кожного індивіда окремо та всього суспільства разом: сучасна реальність невіддільна від медіапростору. Можна говорити про своєрідне зрощення буттєвої реальності людини та суспільства з медійною реальністю. Тому таксономія даного виду дискурсу викликає певні труднощі: його можна класифікувати за величезною кількістю різноманітних параметрів та критеріїв. У лінгвістиці наразі висунуто кілька класифікацій, але їх важко назвати повними або комплексними. Найзагальніша типологія мас-медійного дискурсу розподіляє його на види насамперед за типами самих медіа, тобто за каналами передачі інформації (Т. ван Дейк, Т. Добросклонська, Д. Крістал, М. Желтухіна, Н. Оломська, Ю. Шевлякова та ін.):

- дискурс преси (або дискурс друкованих ЗМІ);
- радіодискурс;
- дискурс телебачення;
- Інтернет-дискурс (під цим дискурсом розуміються всі електронні форми мас-медійної комунікації).

Ця класифікація є ключовою для аналізованого типу дискурсу, вона базується на основному критерії, що виокремлює мас-медійний дискурс у окрему галузь дискурсології, – на включенні медіа (а саме відмінних за своїми технічними характеристиками медіа) як каналу повідомлення у комунікаційний акт.

Усі зазначені типи мас-медійного дискурсу мають власні стилістичні, структурно-композиційні та репрезентативні схеми, зумовлені різноманітними

чинниками, притаманними кожному каналові передачі. За теорією канадського ученого Герберта Маршалла Маклюєна, засоби масової комунікації як такі впливають безпосередньо на свідомість людей та розвиток суспільства самим фактом свого існування. На думку Г. Маклюєна, медіа (тобто, засоби) – це продовження людини. Дослідники в першу чергу вивчають змісти повідомлень, а необхідно, за твердженням ученого, аналізувати ефекти власне медіа, тому що «Посередник і є повідомлення» (The medium is the message) [7, с. 10]).

Відповідно до загальної теорії дискурсу, учені розподіляють мас-медійний дискурс і за формою побутування медіатекстів: усний мас-медійний дискурс та письмовий мас-медійний дискурс.

Реалізація медійних дискурсивних практик відбувається у певних галузях людської діяльності та знань, які мають характер історично усталених комунікативних сфер. Лінгвіст А. В. Голоднов висунув ідею називати ці типи дискурсу соціофункціональними та вважає такими політичний, юридичний, економічний та інші дискурси [1, с. 6]. Відображаючись у мас-медіа, вищезазначені типи дискурсу набувають певних прагматичних, стилістичних, функціональних особливостей, тому ми можемо типологізувати медійний дискурс і за такою схемою:

- політичний мас-медійний дискурс;
- економічний мас-медійний дискурс;
- науковий мас-медійний дискурс;
- спортивний мас-медійний дискурс;
- освітній мас-медійний дискурс та інші.

Обґрунтовуючи такий підхід до таксономії мас-медійного дискурсу, ми наводимо твердження лінгвіста Т. Г. Добросклонської про те, що медіадискурс – це когнітивно-прагматичне середовище, яке реалізує свою суть шляхом виробництва й трансляції на широку аудиторію оцінних смислів та ідеологем, а також за допомогою найменувань і метафоричної інтерпретації фактів соціального буття. За її словами, «концепція медіадискурсу ... охоплює не

лише вербальне повідомлення та медіаканал, але й усі екстралінгвістичні фактори, пов'язані з особливостями створення медіаповідомлення, його отримувача, зворотнього зв'язку, культурнозумовлених способів кодування та декодування, соціально-історичного та політико-ідеологічного контексту» [2, с. 50].

Український лінгвіст А. М. Приходько в своїх дослідженнях дискурсу стверджує, що соціокультурне середовище сучасності дозволяє виокремлювати типи дискурсу певних субкультур та етнічних спільнот. До дискурсів такого типу він зараховує :

- дискурси професіональних страт (педагогічний, дипломатичний, спортивний, медичний, політичний, економічний та ін.);
- корпоративних та субкультурних страт (банківський, релігійний, езотеричний, сакральний, лаудативний, героїчний, революційний, партизанський, терористичний, кримінальний);
- дискурси побутової комунікації (сімейний, дитячий, молодіжний, любовний);
- дискурси віртуальної комунікації (казковий, комп'ютерний, форумний, чат-дискурс);
- соціоспецифічні дискурси (рекламний, дискурс дозвілля, святковий, передвиборчий). Учений слушно зауважує: «Список таких дискурсів є відкритим як у цивілізаційному плані, так і в плані певної лінгво- та субкультури, що пов'язане з принципом динамічності: одні дискурси зникають із історичної арени, а інші приходять їм на зміну» [9, с. 26].

О. Менджерицька пропонує типологізувати медійний дискурс, керуючись різноманітними стратегіями пред'явлення інформації та різними способами когнітивного відображення дійсності. Аналізуючи друковані видання відповідно до цього принципу, учена говорить про наступні види мас-медійного дискурсу:

- дискурс «якісної преси»;

- дискурс популярної преси (дискурси «жовтої преси» та глянцевих журналів розглядаються окремо);

- дискурс спеціалізованих видань, таких як наукові та науково-популярні видання. Лінгвіст зазначає: «Усі ці видання відрізняються одне від одного як когнітивними установками адресантів, так і здатністю їх сприйняття цільовою аудиторією, а отже, різними способами передачі інформації (лінгвістичними й екстралінгвістичними), представленими у самому тексті» [8, с. 58].

Жанрове різноманіття, притаманне мас-медійному дискурсу, дозволяє вченим класифікувати його за цією особливістю також. Учена О. Ширяєва виділяє типи дискурсів ЗМІ, виходячи з формату жанрової специфіки мас-медіа:

- новинний дискурс (жанри: новинна замітка, новина з коментарями експертів);

- репортажний (жанр: репортаж);

- інформаційно-аналітичний (жанри: аналітична стаття, редакційна стаття, кореспонденція, аналітичний огляд, аналітичне інтерв'ю);

- есеїстичний (жанри: есе, редакторська колонка);

- рекламний (жанри: слоган (мікрожанр), рекламна стаття, рекламне оголошення);

- PR-дискурс (жанри: прес-реліз, медіакит) [10]. Схожого підходу дотримується і Є. Кожемякін, який за основу виділення типів дискурсу визначає сферу жанрово-функціональних особливостей медійного простору: новинний, рекламний, промоційний (PR); інформаційний, аналітичний, публіцистичний; ідентифікуючий, репрезентуючий, ідеологічний дискурси [5, с. 17].

Ще одна типологія, що може бути застосована для класифікації мас-медійного дискурсу, описана в роботі М. Л. Макарова «Основи теорії дискурсу» у розділі «Соціальні категорії дискурсу»: учений вважає релевантною типологічною ознакою дискурсу для класифікації таку комунікативну змінну, як ступінь офіційності спілкування, відповідно до якого

модус спілкування може бути невимушений, фамільярний; нейтральний, неформальний; напівофіційний; офіційний [6, с. 207]. Спираючись на цю ідею М. Л. Макарова, учений А. М. Приходько стверджує, що цей принцип дозволяє виділяти такі типи дискурсу:

- авторитарний та егалітарний;
- тоталітарний та демократичний;
- конфліктний;
- кооперативний;
- офіційний та карнавальний;
- чоловічий та жіночий [9, с. 26-27].

Аналогічний підхід знаходимо і в роботі В. І. Карасика «Мовні ключі», в якій він виокремлює типи дискурсу за «тональністю спілкування»: статусний, жартівливий, ідеологічний, гіпотетичний, агресивний, маніпулятивний, інформативний та інші [4, с. 350].

Усі вищезгадані типи дискурсів знаходимо в системі мас-медійного дискурсу. Специфіка кожного виду дискурсу накладає свої відбитки на всі етапи та рівні мовленнєвого акту мас-медіа: творення тексту, композицію, засоби вираження, сприйняття повідомлення, засоби впливу, тональність спілкування – а сама комунікація набуває специфічних особливостей. Постулюючи думку про те, що взагалі дискурс не має чітко визначених меж, слід підкреслити, що це відкрита структура, якій притаманні незавершеність, повторюваність, динамічність, а мас-медійний дискурс зокрема, завдяки своїй основній меті – відображенню життєдіяльності суспільства, – лінгвістика має широкий простір для формування чіткої систематизованої класифікаційної системи.

Висновки. У типології мас-медійного дискурсу використано підходи загальної теорії дискурс-аналізу, соціокультурологічні, лінгвістичні, когнітивні, прагматичні. Учені закладають різні критерії та складові цього дискурсу в основи своїх класифікацій: канали передачі інформації, форму комунікації, соціофункціональну спрямованість, стратегії пред'явлення інформації,

тональність спілкування тощо. І хоча ці фактори є фундаментальними та науково вірогідними для даної дослідницької роботи, не можна стверджувати, що перераховані вище класифікації задовольняють сучасне мовознавство. Як бачимо з наведених типологій, одні й ті ж критерії фігурують у різних класифікаціях, що робить типологію мас-медійного дискурсу якоюсь мірою непрозорою та плутаною. Недосконалість таксономії мас-медійного дискурсу пояснюється наявністю в його структурі великої кількості різноспрямованих факторів: тут водночас процес і результат, пізнання і спілкування, динамічність і зосередженість, вплив і спротив, причина і наслідок, інтереси адресанта і адресата.

Отже, зважаючи на багатогранність цього феномену (тобто, відображення ним усіх сторін людського буття та розвитку суспільства), його складну структуру, функційні особливості, майже неможливо укласти комплексну та деталізовану таксономію мас-медійного дискурсу. Відкритість як основна дистинктивна ознака дискурсу виступає стримуючим чинником для укладання єдиної чіткої класифікації мас-медійного дискурсу і дає простір для подальших наукових розвідок із таксономії цього феномену.

Список використаної літератури

1. Голоднов А. В. Риторический метадискурс: основания прагматического моделирования и социокультурной реализации (на материале современного немецкого языка): монография / А. В. Голоднов. – СПб.: Астерион, 2011. – 344 с.
2. Добросклонская Т. Г. Массмедийный дискурс: теория и методы изучения / Т. Г. Добросклонская. // «Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования». I Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, БелГУ, 1-4 апреля 2014 г.: Сб. науч. работ / Под ред. Е. А. Кожемякина, А. В. Полонского, А. Г. Ходеева. – Белгород : Константа, 2014. – 382 с.
3. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: О проблеме речевого взаимодействия тропов в языке СМИ [Текст]:

монография / М. Р. Желтухина. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.

4. Карасик В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – Волгоград: Парадигма, 2007. – 520 с.

5. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – №2 (73). – Вып.11. – С. 13-21

6. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.

7. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. / М. Маклюэн. – М. : Канон-пресс-Ц: Кучково поле, 2003. – 464 с.

8. Менджерицкая Е. О. Дискурс, медиадискурс и когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике [Текст] / Е. О. Менджерицкая // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2011. – N 3. – С. 54-60.

9. Приходько А. Н. Таксонометрические параметры дискурса / А. Н. Приходько // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / Под ред. проф. Г.Н. Манаенко. Выпуск 7. Ставрополь: Изд-во СГПИ, 2009. – С. 22-30.

10. Ширяева О. В. Информационно-аналитический дискурс как предмет коммуникативно-дискурсивного исследования. / О. В. Ширяева // [http: // www.mediascope.ru/node/1218](http://www.mediascope.ru/node/1218)