

Черниш О. А.,
Житомирський державний університет імені І. Франка, м. Житомир

ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СТРУКТУРА МАС-МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ ЯК ПРОЦЕСУ І РЕЗУЛЬТАТУ ДІЯЛЬНОСТІ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ У СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

Статтю присвячено розгляду принципів структурної організації мас-медійного дискурсу як процесу і результату діяльності мовної особистості.

Ключові слова: мас-медійний дискурс, мовна особистість.

Статья посвящена рассмотрению принципов структурной организации масс-медийного дискурса как процесса и результата деятельности языковой личности.

Ключевые слова: масс-медийный дискурс, языковая личность.

The article deals with the principles of structural organization of mass media discourse as a process and result of linguistic identity.

Key words: mass-media discourse, linguistic identity.

Характерною рисою розвитку дискурсології на сучасному етапі мовознавства є інтеграція комунікативно-го та діяльнісного напрямів дослідження. В межах діяльнісного підходу, за яким мова є одним із засобів забезпечення соціальної активності мовної особистості [15, с. 7], дискурс розглядається як соціальне конструювання реальності та форма вияву знань [2]. З огляду на це виділяють різні види дискурсу, серед яких науковий, політичний, економічний, мас-медійний тощо.

Проблемами мас-медійного дискурсу займалася велика когорта вітчизняних та зарубіжних мовознавців: Р. Фаулер (1991), К. Спаркс (1994), Т.Г. Добросклонська (2000), О.О. Анісімова (2003), Г. Горнмоен (2003), П.Б. Паршин (2008), Дж. Річардсон (2012), та ін. У сучасному лінгвістичному доробку є розвідки мас-медійного дискурсу, здійснені з позицій когнітивної лінгвістики (Г. Горнмоен, Р. Фаулер), психолінгвістики (П.Б. Паршин, Г.А. Шишков), прагмалінгвістики (С.В. Заборовська, Г.Л. Рябоконе, М.О. Столярова, Л.Г. Трельбіцька), лінгвокультурології (В.Г. Згурська, Л.Л. Славова, Л.Ф. Компанцева) тощо. Однак деякі питання ще не отримали належного висвітлення. Зокрема, невирішеним залишається питання щодо структури мас-медійного дискурсу та принципів його організації.

Мета даної розвідки полягає у розгляді принципів структурної організації мас-медійного дискурсу як процесу і результату діяльності мовної особистості.

З позицій діяльнісного підходу мас-медійний дискурс розглядають як реальність, створену засобами масової комунікації [10, с. 15; 21, с. 25], які визначають продукування, зберігання, а також поширення та використання суспільно значимої інформації [7, с. 163]. Це реальність, формування якої визначається фактором мовної особистості, сукупності здібностей і властивостей людини, що зумовлюють породження та сприйняття мовленнєвих творів [7, с. 3]. Модель мовної особистості втілює риси учасників комунікації як образ носія культурно-мовних цінностей, настанов, знань і поведінкових реакцій [5, с. 22]. Тобто мас-медійний дискурс є процесом та результатом діяльності мовної особистості [15, с. 12]. З огляду на це, ми розглядатимемо принципи його організації та структуру, проводячи віхи від моделі мовної особистості.

У просторі медіа-дискурсу модель мовної особистості включає структурно-мовний (медійно-орієнтаційний), лінгвокогнітивний та мотиваційний рівні, між якими встановлюється ієрархічна взаємозалежність [6, с. 37]. Розглянемо кожен з рівнів детальніше.

Тракування медіа (до медіа, у широкому розумінні, відносять повітря, світло, усне мовлення, писемність, числа, рекламу, масову інформацію тощо [11, с. 22]) як засобу розширення діяльності людини, зокрема її тіла та органів чуттів, дає підстави стверджувати про існування не структурно-мовного, а медійно-орієнтаційного рівня мовної особистості, пов'язаного з різними засобами доступу людини до оточуючого середовища та його сприйняття [11, с. 115]. Завдяки технологічним, суспільним та особистісним аспектам ЗМІ виводить взаємодію мови та перцепції на якісно новий рівень репрезентації реальної дійсності, а сутність мас-медійного дискурсу розглядає сприйняття як творчий процес врахування того, як людина спрямовує свою увагу та вивчає об'єкти, відбирає необхідне з доступної інформації [цит. за 15, с. 16]. При цьому мовознавці розглядають різний ступінь єдності мови та сприйняття. Замість концентрації на власне мовному матеріалі, Є.С. Кубрякова вважає за необхідне співвідносити мовні дані з сенсомоторним досвідом людини, тобто мовний матеріал слід аналізувати на тлі біологічного, психологічного, культурологічного і соціального характеру [10, с. 479].

Соціальний чинник функціонування мас-медіа виявляється у їх зв'язку з економікою, політикою, інституційними практиками тощо [21, с. 36], а соціальні позиції, інтереси адресантів медіатекстів не лише відображають реальність, але й кодує, передають її у певній перспективі [цит. за 15, с. 17]. ЗМІ, інформуючи про певні події, подають їх у відповідному ракурсі, чим і формують відображувально-конструктивістську реальність. Ця реальність визначається процесами медіатизації, що полягають у перетворювальній ролі медіа. Тобто, ЗМІ видозмінюють факти під час їх збору, обробки та передачі [4, с. 206].

Принциповим для медіа-дискурсу є розмежування індивідуального та суспільного орієнтування. Під індивідуальним орієнтуванням розуміють задоволення різноманітних потреб людини щодо надання всебічної інформації для встановлення факту існування певних явищ, а також їх значущості та напряму розвитку [17,

с. 53]; під суспільним спрямуванням розглядають орієнтування широкої аудиторії, різних прошарків суспільства [цит. за 15, с. 18].

Отже, завдяки орієнтаційній взаємодії перцепції, мови та ЗМІ медіа-дискурс постає одним зі способів відображувально-конструктивістського творення реальності з урахуванням стану лінгвокогнітивного та мотиваційного рівнів мовної особистості.

Лінгвокогнітивний рівень мовної особистості представлений картиною світу, концептами та схемами їхньої взаємодії: спочатку активуються загальні структури, які дозволяють людині визначити своє місце у світі, а потім – окремі референти, між якими встановлюється відношення з метою виконання певної діяльності [15, с. 30]. Картину світу тлумачать як образ світу, відображений у найбільш загальному плані [14, с. 48]. У даному аспекті протиставляють універсальний та індивідуальний (суб'єктивний) компоненти картини світу [19, с. 148], встановлюється кореляція суспільно сформованого та власного набутого суб'єктивного досвіду.

З точки зору засобів активації виділяють знакову, мовну та медійні картини світу. Знакове відображення картини світу в певній традиції розглядають як модель світу [12, с. 16]. Під мовною картиною світу розуміють репрезентацію пізнавальної діяльності різних груп людей, яка зумовлена історичними, географічними, культурними чинниками в межах єдиного об'єктивного світу [8, с. 31]. Медійна картина світу становить продукт безперервної інформаційної діяльності, у якій опредметнюється ментальна діяльність людини, спрямована на пізнання світу, в результаті постійної екстерналізації змісту свідомості окремих осіб, що стає частиною свідомості або картин світу багатьох людей унаслідок її актуалізації в медіатекстах [16, с. 140].

Членування картини світу здійснюється за допомогою ментальних структур різного ступеня узагальнення [15, с. 31]:

– бінарні опозиції, що ґрунтуються на протилежних ознаках, які мають перцептивні витоки (соціальні категорії свій/чужий, близький/далекий, внутрішній/зовнішній) [18, с. 26];

– концепти, які розглядаються як оперативні змістові одиниці пам'яті, концептуальної системи та мови мозку, всієї картини світу, репрезентованій у людській психіці [9, с. 90], тобто як етно-соціо-психо-лінгвокультурний феномен [цит. за 15, с. 31]. Концепти як макроодиниці структурують картину світу, забезпечують встановлення адресатом свого місця у світі та дискурсі, а як мінімальні одиниці формують референти – об'єкти екстралінгвальної дійсності, які автор має на увазі, промовляючи певний мовленнєвий відрізок [1, с. 410].

– фрейми, у яких втілено конкретні схеми взаємодії концептів.

Отже, концептуальна картина світу визначає місце адресата у світі та дискурсі, концепти структурують картину світу та конструюють референти, а ментальні схеми їх взаємодії відображають стан речей у визначений момент комунікації.

Мотиваційний рівень мовної особистості пов'язаний із потребами, які зумовлюють розвиток і поведінку людини, визначають побудову текстів, а також встановлюють ієрархію смислів і цінностей у мовній моделі світу [6, с. 37]. Так, взаємодію людини з мас-медійним дискурсом пов'язують з потребою у соціальному спілкуванні [13, с. 97].

Медійно-орієнтаційний, лінгвокогнітивний та мотиваційний рівні мовної особистості підпорядковують організацію мас-медійного дискурсу чотирьом структурним етапам діяльності адресата [15, с. 9]:

- загальному орієнтуванню;
- побудові референтів, про які повідомляє медіа;
- встановлення відношень між даними референтами;
- конструювання подій і їхніх послідовностей.

Дана схема відтворення медіаподій здійснюється за допомогою вербальних засобів, що утворюють відповідні виміри сучасного медіа-дискурсу: гіпертекстовий, номінативно-референційний, номінативно-синтаксичний і текстовий, що одночасно взаємодіють та знаходяться у гетерархічних відношеннях [15, с. 9].

Таким чином, мас-медійний дискурс, будучи процесом і результатом діяльності мовної особистості, має три рівні організації – медійно-орієнтаційний, лінгвокогнітивний та мотиваційний, які перебувають в ієрархічному співвідношенні. Кожний рівень має свої особливості щодо утвердження мовної особистості у соціально-культурному просторі сучасного англійського медіа-дискурсу, а разом вони підпорядковують організацію дискурсу ЗМІ чотирьом структурним елементами, починаючи від загального орієнтування, встановлення референтів та міжреферентних зв'язків та закінчуючи конструюванням подієвої послідовності.

Перспективу подальшої розвідки становить дослідження вербальних засобів репрезентації вимірів сучасного медіадискурсу, а саме гіпертекстового, номінативно-референційного, номінативно-синтаксичного та текстового.

Література:

1. Булыгина Т. В., Крылой С. А. Функциональная грамматика // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. М., 1990. – 566 с.
2. Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. Пер. с англ. / Сост. В. В. Петрова; Под ред. В. И. Герасимова; Вступ. ст. Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учебн. пособ. / Т. Г. Добросклонская. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 264 с.
4. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 416 с.
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография / В. И. Карасик. – 2-е изд. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.

6. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М. : Наука, 1987. – 263 с.
7. Караулов Ю. Н. Предисловие. Русская языковая личность и задачи ее изучения / Ю. Н. Караулов // Язык и личность. – М. : Наука, 1989. – 261 с.
8. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и в языке / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1990. – 108 с.
9. Кубрякова Е. С. Концепт // Краткий словарь когнитивных терминов. / Е. С. Кубрякова. – М., 1996. – 245 с.
10. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в понимании мира / Рос. академия наук. Ин-т языкознания. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
11. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М. : Жуковский: “КАНОН-пресс-Ц”, “Кучково поле”, 2003. – 464 с.
12. Маковский М. М. Сравнительный словарь мифологической символики в индоевропейских языках: Образ мира и миры образов. – М. : Гуманит. изд. центр. ВЛАДОС, 1996. – 416 с.
13. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследование / М. М. Назаров. – М. : Авантиплюс, 2004. – 428 с.
14. Постовалова В. И. Картина мира в жизнедеятельности человека / В. И. Постовалова // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. – М., 1988.
15. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти: Монографія. – Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. – 391 с.
16. Рогозина И. В. Функции и структура медиа-картины мира // Методология современной лингвистики: Сборник статей. – Москва; Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2003. – 204 с.
17. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 310 с.
18. Цивьян Т. В. Лингвистические основы балканской модели мира / Ин-т славяноведения и балканистики. Отв. ред. В. Н. Топоров. – М. : Наука, 1990. – 207 с.
19. Щирова И. А., Гончарова Е. А. Многомерность текста: понимание и интерпретация: Учебн. пособие. – Спб. : ООО “Книжный Дом”, 2007. – 472 с.
20. Blommaert Jan Discourse: A Critical Introduction. – Cambridge : Cambridge University Press, 2005. – 299 p.
21. Faircough N. Media Discourse. – London, Arnold, 1995. – 283 с.