

## РОЛЬ ДИСКУРСА В КОММУНИКАТИВНОМ АСПЕКТЕ

Гавхар Нурисламовна ТУХЛИЕВА

доцент

Кандидат филологических наук

Узбекский Национальный Университет

Ташкент, Узбекистан

[tuhlievagavhar@gmail.com](mailto:tuhlievagavhar@gmail.com)

### Аннотация

Статья посвящена проблеме использования публицистического дискурса в коммуникативном акте. Роль дискурса в медиатекстах, в рамках которого люди используют язык для передачи информации, идей или убеждений, обеспечивая словесное взаимодействие.

**Ключевые слова:** дискурс, лингвистика, коммуникативный аспект, медиатекст, информация, медиалингвистика.

## КОММУНИКАТИВ ЖИХАТДАН ДИСКУРСНИНГ ЎРНИ

Гавхар Нурисламовна ТУХЛИЕВА

Филология фанлари номзоди, доцент

Ўзбекистон Миллий Университети

Тошкент, Ўзбекистон

[tuhlievagavhar@gmail.com](mailto:tuhlievagavhar@gmail.com)

### Аннотация

Мақола коммуникатив мулоқот жараёнида публицистик дискурснинг қўлланилиши муаммоларига бағишланган. Медиаматнларда дискурснинг ўрни ва унинг доирасида инсонлар ахборот, фикр ёки этикод улашиши учун тилдан (сўзлашувдан) фойдаланиши ва шу асосда мулоқотни амалга оширишга эришиши кўриб чиқилган.

**Таянч сўзлар:** дискурс, лингвистика, коммуникатив мулоқот жихатлари, ахборот, медиаматн, медиалингвистика.

Дискурс является объектом исследования лингвистики, его применение обусловило проникновение данного термина в разные социальные и гуманитарные науки, в частности, в антропологию, семиотику, социологию, социальную и когнитивную психологию, этнометодологию, историю и т.д.

Обратим внимание на то, что дискурс интерактивен, поскольку собеседники в процессе общения склонны договариваться; это форма действия, направленного на изменение ситуации. Данное действие развивается в контексте, предающем ему смысл. В дискурсе представлены знания,

взаимодействие, общество и культура, поскольку это проявление всех этих аспектов общественной жизнедеятельности.

Впервые термин «дискурс» появился в работе З.Харриса «Анализ дискурса» в 1952 г., которая заложила основу современной лингвистики текста. Ученый указал на то, что в смежных высказываниях постоянно повторяются синтаксические конструкции и морфемы, более того, разные выражения, которые оказываются в идентичном окружении, содержат в себе смысловую эквивалентность. Вследствие наметившейся позже тенденции к междисциплинарному анализу языка, понятие «дискурс» обрело много новых интерпретаций и определений. Лингвисты полагают, что наблюдается полисемия рассматриваемого термина. В.Г.Борботько отмечает, что язык, в дискурсе обретает динамику и вид совершенно нового необыкновенно сложного объекта. Его многоаспектность привела к множественности определений этого термина, который весьма быстро эволюционировал в концепциях даже в рамках одних и тех же научных направлений.

По мнению Е.С.Кубряковой, дискурс в основном понимается как «погруженный в жизнь» язык в «многомерном пространстве», учитывающий контекст или ситуацию общения. Этот язык имеет структурную организацию, свойственную высказываниям в разных областях общественной жизнедеятельности. Приведенное определение позволяет вести речь о таких видах дискурса, как юридический, культурологический, экономический, политический и т.д. Однако следует сразу сделать оговорку, что разграничение и классификация дискурсов носят весьма дискуссионный характер. Именно поэтому, рассматривая проблемы типологии дискурса, исследователи Л.Филлипс и М.Йоргенсен указывают на необходимость восприятия дискурса преимущественно как «аналитическую концепцию» и определять его пределы «стратегически относительно цели исследования»: последние определяют позицию, исследователя относительно конкретного материала, что и составляет отдельный дискурс. Вместе с тем авторы данной теории обращают внимание на то, что следует также учитывать действующие организации и социальные

институты, так как анализируется язык, применяемый в разных сферах общественной жизнедеятельности.

Анализ дискурса составляет междисциплинарную область знаний, находящуюся на стыке лингвистики, этнографии, психологии, социологии, стилистики, литературоведения и философии. Испанские ученые Е.Кальсамиглия Бланкафорт и А.Тусон Вальс утверждают, что дискурс составляет часть социальной жизни и предстает инструментом, формирующим социальную жизнь. В.И.Карасик предлагает под дискурсом понимать общение людей с точки зрения их принадлежности к определенной социальной группе или применительно к конкретной типичной речеповеденческой ситуации.

В связи с вышеизложенным становится очевидным, что определения термина «дискурс» прямо зависят от конкретной исследовательской традиции, поэтому они вносят разные акценты в понимание того, какие элементы экстралингвистического контекста имеют приоритетный дискурсообразующий характер.

В современной лингвистике терминологическая классификация дискурсивного высказывания довольно неоднородна. Разработано много вариантов типологии дискурса. В частности, проблемами его классификации занимались Б.Н.Головко, Г.Г.Почепцов, В.И.Карасик, Г.М.Яворская и многие другие.

Полагаем, что следует обратить внимание на классификацию В.И.Карасика, который считает, что следует обозначить два главных типа дискурса: персональный (лично-ориентированный) и институциональный. В первом говорящий предстает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, во втором – он становится представителем конкретного социального института.

Разработанная А.А.Кибриком классификация типов дискурсов также представляет для нас интерес, т.к. ее критерием он считает категорию формальности, которая основана на характере социальных отношений между говорящим и адресатом (среди иных критериев можно назвать модус, жанр и

функциональный стиль). Выделенная А.А.Кибриком категория формальности позволила ему выстроить систему противопоставления личностно-ориентированного и статусно-ориентированного дискурса.

Личностный дискурс подразумевает коммуникацию близких людей, которые раскрывают друг другу свой внутренний мир. Данный дискурс может быть бытовым (обиходным) дискурсом, ориентированным на «сокращенного кода общения, при котором люди способны понимать друг друга с полуслова», и бытийным дискурсом, нацеленным на «нахождение и переживание существенных смыслов, художественное и философское постижение мира».

Статусно-ориентированный дискурс отражает речевое взаимодействие представителей социальных групп или институтов, его применяют люди, осуществляющие статусно-ролевые возможности в условиях определенных общественных институтов, количество и качество которых зависит от потребностей общества на определенном этапе его развития.

По мнению М.Л.Макарова, социальный институт предстает культурно-специфической, нормативно организованной, конвенциональной системой форм деятельности, обусловленной общественным разделением труда, а также нацеленной на удовлетворение особых потребностей общества.

Институциональный дискурс представляет собой конвенциональное, нормативное, культурно-обусловленное, речевое взаимодействие людей, которые принимают на себя конкретные статусные роли в условиях определенного социального организма, специально созданного для удовлетворения потребностей общества.

В контексте темы проводимого нами исследования особый интерес представляет публицистический дискурс, который является особым и сложным коммуникативным актом в социальном контексте. В сущности, медиатексты не только отражают действительность, но и конструируют ее варианты. Они определяют социальную действительность, политические аспекты общественной жизнедеятельности, экономические, нравственные, художественные, научные и духовные вопросы. В связи с этим можно

заклучить, что журналистика является социальной наукой, основанной на изучении человека. Публицистический дискурс – это «язык СМИ» или «медиадискурс».

Новостные сообщения в основном пишутся для информирования общественности о мировых событиях. Они должны быть актуальными, чтобы предоставить читателям важную информацию. В связи с этим новости оперативно производятся и потребляются. Кроме интересующей всех политической и экономической повестки дня в мире, новостные сообщения охватывают самые разные темы, включая науку, спорт, здоровье и технологии, поскольку все эти вопросы являются частью социального мира, события в котором интересуют аудиторию читателей. В новостных изданиях существуют разные жанры письма: редакционные статьи, обзоры, финансовые отчеты, спортивные мероприятия, решения органов власти и т.д. Каждый жанр использует определенные текстовые стратегии, которые побуждают читателей ожидать особого рода дискурсивного опыта, определенного взгляда на какую-то специализированную часть изображаемого мира.

Новостные сообщения проходят ряд производственных процессов, в которых принимают участие журналисты, репортеры, корреспонденты, редакторы, переводчики и главные редакторы, прежде чем они доходят до читателей. Все эти агенты должны соблюдать правила и политику, принятые их изданиями. С самого начала процесса, а именно сбора новостей, до последней стадии их публикации вышеупомянутые агенты принимают решения в соответствии со своими функциями и полномочиями. Таким образом, новостные сообщения редко доходят до аудитории в своем первоначальном виде, они подвергаются трансформации.

Новости создаются не в вакууме, а в социальном контексте со своими структурами и агентами. Создатели новостных текстов учитывают общие знания и ценности издания, а также общества, в котором они работают. В результате институциональных процессов формирования новостей создается

целевая читательская аудитория, которая затем становится участниками контекста, в котором производятся и потребляются новости.

Публицистический дискурс отличается от других видов текстов как по содержанию, так и по форме. Новости состоят из различных частей. В структуре новостей существует иерархия, где самая важная информация располагается на первом месте, а за ней следуют детали, поддерживающие основную направленность событий. Схема новостей состоит из заголовка и лица, которые вместе образуют резюме; основных событий, контекста и истории, которые вместе образуют фон; вербальных реакций и комментариев.

Заголовок и лид предшествуют другой информации в тексте новости; они содержат основной посыл текста. Заголовки резюмируют новостные события, а также служат цели привлечения внимания читателей. Существуют основной заголовок и подзаголовок, которые обычно выделяются жирным шрифтом отдельно, а основные события – это часть, в которой представлены и оцениваются соответствующие детали новости. Главные события обычно сопровождаются контекстом и историей. Контекст означает реальную ситуацию, состоящую из других конкретных новостных событий, а не общую структурную ситуацию. Принимая во внимание, что контекст обычно является основным событием предыдущего связанного новостного сообщения; справочная часть, включающая контекст и историю, является более полной; следовательно, предыстория имеет и историческое измерение. История является разделом новостного текста, в котором рассматривается недавняя история реальных ситуаций и связанных с ними событий. В то время как вербальные реакции можно определить, как идеи, высказанные видными деятелями, комментарии обычно представляют собой замечания и оценки журналистов или газет как институтов.

Новости — это не то, что происходит, а то, что кто-то говорит, что произошло или произойдет, поэтому их восприятие читателями может быть разным. Новостные сюжеты структурируются с помощью разных трансформационных процедур. Ограничения по пространству и времени, а

также институциональная политика вынуждают производителей новостных текстов изменять истории перед их публикацией. Существует три типа преобразования медиатекста: удаление информации, лексические замены и правила синтаксического редактирования. Редакторы удаляют определенные разделы новостей, добавляют пояснения, где это необходимо, и пересматривают стилистические проблемы, чтобы создавать точные и достойные освещения статьи. С другой стороны, присутствует более широкая категория трансформационных практик. К ним относятся выбор, воспроизведение, обобщение, локальная трансформация (добавление, удаление, перестановка и замена), стилистическая и риторическая формулировка. Стилистическая формулировка является наиболее эффективным способом отражения институциональных ценностей в новостных текстах, а риторическое переформулирование позволяет авторам новостных текстов создавать более эффективную историю за счет использования преуменьшений или преувеличений, сравнений и наводящих на размышления метафор. Трансформации при производстве новостных текстов осуществляются в соответствии с моделями производителей новостных текстов, которые должны соответствовать дискурсу издания, в котором они работают. Преобразования должны включать субъективные или групповые нормы и ценности.

Феномен медиадискурса актуализируется в последние десятилетия в филологической науке в связи с тем, что материалы СМИ воспринимаются как организованный с определенной прагматической целью и реализующийся в определенных экстралингвистических условиях коммуникативный акт.

Исследователь Н.Д.Арутюнова считает, что коммуникации в медийном пространстве, также, как и повседневному человеческому общению, присущи такие прагматические параметры, как автор речи, его коммуникативная установка, адресат и связанный с ним перлокутивный акт (эстетическое воздействие).

В центре внимания медиалингвистики находятся понятия медиадискурса и медиатекста как основные формы существования языка СМИ. Медиатекст

представляет собой динамическую сложную единицу высшего порядка, в структуру которой входят единицы не только вербального уровня (медиа́тэкст может включать графическое изображение, видеоряд, аудиоматериал) и которая впоследствии влияет на формирование картины мира человека, будучи представленной в разных медийных «проявлениях» (печатная пресса, радио, телевидение, материалы в сети Интернет) и разных медийных жанрах: интервью, рекламный текст и т.д.

Глобализация мировой экономики неизбежно отразилась на изменении содержания и принципов функционирования и распространения коммуникационных технологий. В результате сформировалось глобальное меди́апространство общества. Трансформация меди́апространства происходит сегодня под воздействием инновационного развития в области СМИ, которое основано на стремительном развитии процесса цифровизации. Более того, современное цифровое меди́апространство опирается на индивидуализацию, что, в свою очередь, постепенно ведет к фрагментации общества.

Меди́апространство как разноуровневая система СМИ обеспечивает поступательное формирование максимально избирательного, динамичного и инновационного взаимодействия людей в обществе, что свидетельствует о наличии в обществе индивидуальной и групповой культуры меди́апотребления традиционных и новых медиа.

«Новые медиа» в науке описываются как мультимедийные, интерактивные, цифровые и гипертекстуальные одновременно. Традиционные СМИ способны обеспечить себе интерактивность, но их невозможно относить к «новым медиа», если они не относятся к цифровому формату.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 55 с.

2. Кибрик А.А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов // Вопросы языкознания, 2009. – №2. – С.5.
3. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – Москва: ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 206 с.
4. Ним Е.Г. Медиапространство: основные направления исследований // Бизнес. Общество. Власть. – 2019. – №14. – С.34.
5. Bowman Sh., Willis Ch. Wemedia: How Audiences Are Shaping the future of News and Information // The Media Centre, American Pres Institute. – Arlington, 2019. – P. 70.
6. Deuze M. Challenges and Opportunities for the Future of Media and Mass Communication Theory and Research: Positionality, Integrative Research, and Public Scholarship // Central European Journal of Communication – 1 (28). – Spring 2021. – P. 14.
7. Harris Z.S. Languages.-1969.-№13-P.12.
8. Van Dijk T. (comp.) El discurso como interaccion social. – Barcelona, Gedisa, 2000.-P.8.