

Жанрово-стилистическая гибридизация и диверсификация современного медиадискурса

Чалова О.Н.

Учреждение образования «Гомельский государственный университет
имени Ф. Скорины», Гомель

В статье рассматривается вопрос о жанрово-стилистическом состоянии современного медиадискурса (дискурса СМИ). Цель статьи состоит в выявлении и характеристике основных жанрово-стилистических тенденций, протекающих в поле дискурса СМИ как разновидности институционального общения.

Материал и методы. Материал исследования – жанры телевизионного и печатного дискурса, а также интернет- и радиодискурса. Метод исследования – коммуникативно-прагматический анализ.

Результаты и их обсуждение. В пространстве современного медиадискурса обнаруживаются следующие функционально-стилистические процессы – конвергентные и дивергентные. Если медиа-конвергенция предполагает смешение элементов дискурсивных систем (научной, политической, журналистской и др.), а также нескольких жанров и стилей общения (например, научного, публицистического, разговорного и официально-делового стилей), то дивергенция, наоборот, предполагает диверсификацию форм и форматов медиакommunikation, расширению ее жанрово-стилистических границ. В основе этих двух амбивалентных явлений лежат сходные причины, в том числе возникновение новых технологий сбора, интерпретации и распространения информации.

Заключение. Медиадискурс является уникальной разновидностью институциональной коммуникации, поскольку совмещает в себе противоположные жанрово-стилистические черты (например, институциональные и персональные), что обусловлено спецификой данной дискурсивной системы.

Ключевые слова: дискурс, институциональное общение, медиакommunikation, журналистский дискурс, интернет-общение, телевизионный дискурс, дискурс блогов, речевой жанр, функциональный стиль.

(Ученые записки. – 2021. – Том 33. – С. 172–176)

Genre and Stylistic Hybridization and Diversification of Modern Media Discourse

Chalova O.N.

Education Establishment "Francisk Skorina Gomel State University", Gomel

The article considers the problem of the genre and stylistic status of modern media discourse (discourse of mass media).

The aim of the article is to find out and characterize the main stylistic tendencies typical of the discourse of mass media as a type of institutional discourse.

Material and methods. The research is carried out on the basis of TV and printed genres as well as Internet- and radio discourse. The communicative and pragmatic approach has been chosen as the research method.

Findings and their discussion. Modern media discourse is characterized by such stylistic processes as convergence and divergence. While media convergence implies mixing elements of different discourse systems (scientific, political, journalistic, etc.) as well as the components of a few genres and functional styles (those of scientific, journalistic, everyday, and official styles), divergence, on the contrary, implies diversification of forms and formats of media communication, expanding its genre and stylistic boundaries. The reason for these two ambivalent phenomena is the introduction of new technologies of collecting, interpreting and distributing information.

Conclusion. Media discourse is a unique type of institutional discourse as it combines ambivalent stylistic features (e.g., official and personal traits), which is predetermined by the specificity of the discourse system under study.

Key words: discourse, institutional discourse, media-communication, discourse of mass media, Internet communication, TV-discourse, discourse of blogs, speech genre, functional style.

(Scientific notes. – 2021. – Vol. 33. – P. 172–176)

Настоящая статья посвящена выявлению и характеристике основных тенденций, протекающих в поле такой разновидности институционального общения, как медиадискурс.

Понятие медиадискурса в современной лингвистике трактуется по-разному, что обусловлено рядом причин:

- регулярным возникновением новых форм общения в сфере медиа [1–3] (так, в числе новейших разновидностей медийной речи, а именно PR-медиакоммуникации, называются *бэкграундер*, *факт-лист*, *пресс-кит* [4] и др., а среди жанров непрофессиональной медиакоммуникации (блогинга) выделяются, например, такие речевые формы, как *челендж*, *летсплей*, *троллинг-интервью* [там же] и т.д.);

- неоднозначностью истолкования понятий «медиа» и «медийный» (в связи с этим в одних работах под медиадискурсом понимается любое опосредованное общение (*media* ‘средства’), то есть общение с помощью вспомогательных средств – радио, телефона, телеграфа, интернета, печати и т.д. [3], в то время как другие авторы сводят медиадискурс к дискурсу СМИ (*media* ‘средства массовой информации’), ориентированному на *массовое* и *оперативное* распространение информации [12]);

- разногласиями исследователей в отношении проблемы жанрового устройства медиадискурса (в частности, исследователи до сих пор не сойдутся во мнении касательно того, стоит ли относить печатную и электронную версии газеты к разным речевым жанрам медиакоммуникации или все-таки к одному; кроме того, в лингвистике нет единства мнений относительно необходимости учета форм непрофессиональной медиакоммуникации, а именно блогинга, при решении вопроса об определении медиадискурса).

В рамках данной статьи под **медиадискурсом** понимается дискурс СМИ (как собственно журналистский, так и непрофессиональный), то есть дискурс, в котором задействованы средства массового распространения контента, такие как печать, радио, телевидение и интернет.

Если понятие медиадискурса трактовать несколько шире (то есть в качестве любого опосредованного общения), как это делает, например, Ф. Киттлер [5], то в его пространство фактически «втягивается» настолько большое количество речевых форм, что это может чрезвычайно затруднить или даже сделать невозможной жанровую инвентаризацию и систематизацию изучаемого типа общения.

С другой стороны, если же медиадискурс определять немного уже, чем это делается в настоящей работе, а именно без учета фактора непрофессиональной журналистики (блогинга), то подобное определение не будет отражать современных медиареалий, актуального состояния медиакоммуникации.

В связи с этим мы считаем необходимым включать в сферу медиадискурса не только журналистскую

коммуникативную деятельность, но и дискурс блогов, поскольку деятельность популярных блогеров во многом сходна с действиями профессиональных представителей «четвертой власти»: оба типа дискурса имеют сходные цели (информирование, саморепрезентация в качестве «экспертного аналитика» и др.), общие ценности (информация, независимость, инициативность и др.), идентичные стратегии (информативная, аргументативная и др.) и набор реализующих их тактик и т.д.

Материал и методы. Материалом исследования послужили жанры телевизионного и печатного дискурса, а также интернет- и радиодискурса. Основным методом интерпретации полученных данных – коммуникативно-прагматический анализ.

Результаты и их обсуждение. Какой бы смысл не вкладывался в понятие медиадискурса, очевидно то, что изучаемый феномен занимает особое место среди других типов общения. Медиадискурс является одним из наиболее «восприимчивых» к происходящим изменениям, поскольку его цель и состоит в том, чтобы «воспринимать» и мгновенно отражать социальные трансформации и метаморфозы, интерпретировать разные аспекты общественного развития. В этом смысле медиадискурс, как никакая другая дискурсивная система, призван «впитывать все многообразие внешнего мира» [6, с. 7] и «служить для его репрезентации» [7, с. 4]. Будучи, по мнению А.П. Полонского, «очагом общественной мысли» [1, с. 9], медиадискурс выступает важнейшим инструментом освоения социальной среды, средством анализа веяний и настроений постоянно меняющегося мира.

Такой особый статус медиадискурса в поле институционального общения обуславливает интерес исследователей, в том числе и лингвистов, к данному коммуникативному феномену. Так, одной из задач представителей современной лингвистической науки является определение жанровых границ медиадискурса, а также выявление основных жанрово-стилистических тенденций, которые обнаруживаются в коммуникативном пространстве СМИ [3; 5; 8]. Актуальность подобных исследований определяется важностью установления степени вариативности языковой нормы в медийной и повседневной сфере.

Рассмотрению эволюционных тенденций в пространстве медиадискурса посвящена и настоящая статья, основные задачи которой сводятся к конкретизации и систематизации жанрово-стилистических трансформаций, происходящих в структуре дискурса медиа. Необходимость изучения характера модификаций в медийной дискурсивной системе связана с тем, что наблюдения за процессами развития дискурса СМИ могут позволить определить уровень социального развития в целом, так как медиадискурс, будучи одним из наиболее интенсивно развивающихся типов общения, отражает языковую и социокультурную конъюнктуру общества.

С нашей точки зрения, ведущей тенденцией в поле современного медиадискурса выступает тенденция к гибридации коммуникации (конвергенции черт и форматов), которая актуализируется как минимум в трех основных аспектах:

- 1) в микшировании элементов институционального и межличностного общения;
- 2) в слиянии жанров и образовании так называемых гибридных жанровых форм;
- 3) в комбинировании нескольких режимов и каналов речевого взаимодействия в пределах одного жанра или речевого события в сфере массмедиа.

Остановимся на каждом из этих трех аспектов подробнее.

1. Микширование институциональных и межличностных элементов в дискурсе массмедиа приводит к стиранию границ между официальным (статусно-ролевым) и личным (частным, приватным, персональным), клишированным и стихийным, строго регламентированным и спонтанным / непринужденным, массовым и индивидуальным. Такое смешение наблюдается как в непрофессиональном (блогерском) медиадискурсе, так и профессиональном (собственно журналистском). В первом случае фузионные процессы обусловлены активным использованием инновационных средств массовой информации и коммуникации (социальных сетей, мессенджеров и др.), направленных на постоянное (но при этом зачастую добровольное) нарушение частных границ отдельного субъекта. Так, например, собственный Instagram-аккаунт мгновенно делает из его активного абонента медийную персону, публичного человека, объектом постоянного наблюдения и обсуждения, который открыто делится своим непрофессиональным опытом в определенной области и позиционирует себя в качестве представителя конкретной социальной сферы (например, бьюти-индустрии, искусства, сферы развлечений, астрологии, магии и т.д.). Прямое или косвенное анонсирование себя в качестве знатока и эксперта-аналитика наделяет непрофессиональный медиадискурс характеристиками институционального (статусно-ролевым характером, ритуализованностью, клишированностью и др.). Однако смешение черт институционального и неинституционального дискурса наблюдается и в том случае, если абонентом Instagram-кабинета является высококвалифицированный специалист (например, дипломированный журналист, артист или косметолог), который делится со своими подписчиками исключительно профессиональными знаниями. В данном случае речь идет об обратных процессах, то есть о проникновении в профессиональную коммуникацию элементов межличностного дискурса (чрезмерная экспрессивность, междометность, пунктирность общения и др.), поскольку блогер зачастую создает свои посты (текстовый материал, видеозаписи и т.д.) в непринужденной, избыточно эмоциональной или гиперболизированной

манере, которая и оказывается атрибутом обыденно-разговорного дискурса.

Более того, черты институционального (статусно-ролевого) и персонализированного (межличностного) дискурса накладываются друг на друга не только в рамках блогерского интернет-дискурса, но и в пределах газетного, радио- и телевизионного журналистского дискурса. Например, кардинальные противоположные характеристики сочетают в себе такие жанры, как интервью с волонтерами (непрофессиональными представителями определенного общественного института или социальной группы) или ток-шоу, занимающиеся обсуждением бытовых проблем и приглашающие в лице участников «обычных» людей, выступающих не в качестве специалистов, а личностей во всем богатстве их персональных качеств.

Конечно, как известно, с «чистыми» типами дискурса мы, в принципе, встречаемся редко: элементы межличностного дискурса могут быть представлены в институциональной коммуникации, а компонент институциональности — в обыденно-разговорном. Однако современный медиадискурс зачастую имеет приблизительно равное соотношение официального и персонального, что отличает его от других типов общения и позволяет говорить о процессах гибридации (конвергенции) в его стилистическом и коммуникативном пространстве.

2. Как указывалось ранее, конвергентные процессы в структуре журналистского дискурса включают не только смешение статусно-ролевых и персонализированных свойств, но и слияние функциональных стилей. Функционально-стилевой синтез является результатом проникновения СМИ в разные сферы жизни и коммуникации (официально-деловую, научную, художественную), вследствие чего образуются формы политического, научного, религиозного, педагогического медиадискурса и др. В таких фузионных речевых форматах роль медийной составляющей может быть разной: как вспомогательной, когда СМИ ориентированы исключительно на распространение информации, трансляцию политического, научного и т.д. события, так и преобразующей (что предполагает направленность медиа на перевод знаний с собственно научного / политического / религиозного языка (подъязыка) и уровня на обывательский, доступный массовому зрителю / слушателю / читателю / пользователю).

Наибольший интерес для исследователя представляют, пожалуй, медиажанры, в которых сочетаются элементы не двух, а сразу трех, четырех и более сфер общения (научной, политической, развлекательной, рекламной и проч.). Подобную функционально-стилевую фузию можно наблюдать, например, в телевизионных передачах, разворачивающихся в режиме панельных дискуссий и теледебатов, участниками которых одновременно выступают официальные представители самых разных профессиональных сообществ

и социальных институтов (науки и образования, информационных технологий и средств связи, поп-культуры и шоу-бизнеса, индустрии красоты и моды, политики и экономики, церкви и религии, журналистики и СМИ), обсуждающих некий общественно значимый вопрос («К барьеру», «Время покажет», «Гордон Кихот», «Свобода слова» и др.). Одним из наиболее любопытных с языковой точки зрения считается выпуск панельной теледискуссии «Гордон Кихот», поднимающий (выпуск) вопрос о семантике слов и истории русского языка и заканчивающийся жарким спором, одной из причин которого можно считать гетерогенный состав участников (языковеды, служители церкви, актеры, писатели, журналисты). Столь «пестрая» аудитория не столько способствовала разностороннему освещению заявленной темы, сколько явилась источником конфликта, в том числе и функционально-стилевого. Активное смешение элементов разных речевых стилей (научного, художественного, официально-делового и т. д.) и дискурсивных систем (юмористической, политической, религиозной, академической, медийной) не могло не сказаться на ходе передачи, с самого начала напоминавшей строительство Вавилонской башни, и на ее печальном финале, коим стало полное непонимание сторон и ряд неразрешенных разногласий между ними. Понятно, что такой исход был запланирован создателями передачи, поскольку, как известно, сообщения негативно-го характера, равно как и негативный исход телешоу, только повышают рейтинги массмедиа. Однако стоит подчеркнуть, что в основе острополемиического хода и завершения передачи явились, в числе прочего, борьба и конкуренция подязыков и функциональных стилей.

3. Как отмечалось выше, медиаконвергенция носит не только содержательный и языковой характер, но и технический, что подразумевает выпуск медиапродукта в нескольких форматах, например печатном и электронном, радиоформате и режиме онлайн, телевизионном и сетевом, что в очередной раз сближает и объединяет печать, телевидение, радио и интернет как средства массовой информации. Очевидно, что в этом случае основным инструментом интеграции технологий и, следовательно, формирования конвергентной динамики в медиасреде оказывается интернет.

Таким образом, конвергентные процессы, приводящие к фузионному слиянию и гибридизации жанров СМИ, обусловлены диалогизацией и дигитализацией медиадискурса: если под диалогизацией медийных коммуникативных практик фактически понимается направленность медиадискурса на функционально-стилистическое «сотрудничество» с другими типами общения, то дигитализация медиакоммуникации предполагает появление новых подвидов СМИ – социальных сетей, мессенджеров и под., упрощающих производство и распространение актуального контента.

Конечно, в пространстве медиадискурса обнаруживаются не только фузионные, но и диверсификационные (дивергентные) процессы, в результате чего отдельные эпизоды и компоненты общения приобретают черты самостоятельных жанровых образований. Так, например, такой жанр СМИ, как журналистское расследование состоит из множества коммуникативных эпизодов и форматов (версия, легенда, репортаж, очерк, статья, техническая запись и проч.), каждый из которых «стремится» стать самостоятельным жанром в силу своих исключительных индивидуальных черт. Со временем эти речевые образования развивают настолько уникальные структурно-стилистические свойства, что могут полностью отделиться от «материнской» дискурсивной системы и оформиться как отдельный речевой жанр.

Равно как и конвергентные процессы, дивергентные явления в медиадискурсе могут носить технический характер. Привлечение сразу нескольких средств массовой информации (радио и интернета или печати и интернета) зачастую предполагает наличие исходного материала (радиоконтента или печатного продукта) и его трансформацию в интернет-версию, что приводит к возникновению новых речевых разновидностей. Так, интернет-версия газеты или журнала может радикально отличаться от исходного печатного издания, поскольку для онлайн-формата требуется специфическая редакция. Вопрос заключается в том, стоит ли рассматривать разные версии (например, печатную и электронную) медиапродукта в качестве одного медиажанра, или их все-таки следует относить к разным речевым жанрам. С нашей точки зрения, ответ очевиден: если газета или журнал размещается в интернете в неизменном виде, то речи об образовании новых жанровых форм идти не может; в то же время если онлайн-продукт принципиально отличается от первоначальной версии, имеет собственную структуру, целевую аудиторию и даже содержание, то он представляет собой принципиально иную форму и превращается в самостоятельное жанровое образование. Такой формат только способствует конкурентоспособности стартового продукта на рынке медиа, поддерживает и укрепляет его (продукт).

С нашей точки зрения, дивергентные процессы в структуре медиадискурса обусловлены теми же причинами, что и гибридные, а именно необходимостью «адаптации» медийной коммуникации к веяниям и тенденциям современного мира, а также расширением границ и инструментария института СМИ, освоением новых технологий сбора, интерпретации и распространения информации.

Заключение. Важно отметить, что конвергентные и дивергентные явления свойственны коммуникативному пространству не только российских и белорусских медиа, но и других национальных разновидностей дискурса СМИ, что позволяет констатировать общемировой характер описанных в настоящей статье

кардинальных изменений, происходящих в массовой коммуникации. В связи с этим изучение проблемы жанрово-стилистической модификации медиадискурса в настоящее время становится особенно актуальным. Для глубокого осмысления и качественного анализа данной проблемы необходимо основательно изучать особенности современных разновидностей медиакommunikации, разрабатывать оригинальные модели их анализа. Такими видятся перспективы последующего изучения коммуникативного и жанрового пространства медиадискурса.

Литература

1. Полонский, А.П. Язык в формате медиа: краткое введение / А.П. Полонский // Современный дискурс-анализ (Дискурс в контексте медиа и культуры). – 2018. – № 1(18). – С. 4–21.
2. Оломская, Н.Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса / Н.Н. Оломская // Научный диалог. – 2013. – № 5(17): Филология. – С. 250–259.
3. Войтишенюк, Е.В. Особенности структуры жанра интерактивной телебеседы на белорусском и английском языках / Е.В. Войтишенюк // Границы жанра: текст и дискурс / И.М. Басовец [и др.]; под общ. ред. Е.В. Сажиной; Гомел. гос. ун-т им. Ф. Скорины. – Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2019. – С. 103–118.
4. Ипатьева, В.А. Форматы и жанры видеоблогов / В.А. Ипатьева // Молодой ученый. – 2018. – № 25(211). – С. 369–373.
5. Киттлер, Ф. Оптические медиа: Берлинские лекции / Ф. Киттлер. – М.: Логос; Гнозис, 2009. – 271 с.
6. Наер, В.Л. Дискурс и текст: Речевое произведение / В.Л. Наер // Стилистические аспекты языковой коммуникации: сб. науч. тр. – Вып. 496. – М.: МГЛУ, 2004. – С. 7–15.
7. Русакова, О.Ф. Современные теории дискурса: мультидисциплинарный анализ / О.Ф. Русакова, А.Е. Спаский. – Екатеринбург: Дискурс-Пи, 2006. – 177 с.
8. Буряковская, В.А. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе (на материале русского и английского языков): монография / В.А. Буряковская; Волгогр. гос. соц.-пед. ун-т. – Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2014. – 228 с.

Поступила в редакцию 22.02.2021