

**2020**

**ВЫПУСК № 2 (26), часть 1**

**ЭЛЕКТРОННЫЙ  
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ**

**ISSN 2687-0975**

**[www.discourseanalysis.org](http://www.discourseanalysis.org)**

# **(СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС- АНАЛИЗ)**

**Дискурс современных масс-медиа  
в перспективе теории, социальной практики  
и образования**

СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ  
Выпуск 2 (26), 2020, часть 1

Редакционная коллегия:

*Кожемякин Евгений Александрович*, д.филол.н., зав. кафедрой коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Полонский Андрей Васильевич*, д.филол.н., зав. кафедрой журналистики НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Русакова Ольга Фредовна*, д. полит.н., проф., зав. отделом философии Института философии и права УрО РАН (г. Екатеринбург)

*Синельникова Лара Николаевна*, д.филол.н., проф. кафедры русского языка, теории и истории литературы Крымского гуманитарного университета (г. Ялта)

*Пастухов Александр Гаврилович*, к.филол.н., зав. кафедрой иностранных языков Орловского государственного института культуры (г. Орёл)

*Дубровская Татьяна Викторовна*, д.филол.н., зав. кафедрой «Английский язык» Пензенского государственного университета (г. Пенза)

*Руфова Елена Степановна*, к.филол.н., зав. кафедрой восточных языков и страноведения Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова (г. Якутск)

*Переверзев Егор Викторович*, к.филол.н., директор департамента дипломных программ бизнес-школы СКОЛКОВО (г. Москва)

*Аматов Александр Михайлович*, д.филол.н., проф. кафедры английского языка и методики преподавания НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Кротков Евгений Алексеевич*, д.филол.н., проф. кафедры философии и теологии НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Борисов Сергей Николаевич*, д.филол.н., директор Института общественных наук и массовых коммуникаций НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Попов Антон Александрович*, к.филол.н., доцент кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Тяжлов Ян Игоревич*, к.филол.н., доцент кафедры журналистики НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

*Матич Петар*, PhD, научный сотрудник Института политических исследований (г. Белград, Сербия)

*Корбут Андрей Михайлович* – н.с. Центра фундаментальной социологии ИГИТИ Высшей школы экономики (г. Москва)

*Тягунова Татьяна Васильевна* – университет Галле-Виттенберг (г. Галле, Германия)

Контакты:

[kozhemiyakin@bsu.edu.ru](mailto:kozhemiyakin@bsu.edu.ru) (Кожемякин Е.А.),

[polonskiy@bsu.edu.ru](mailto:polonskiy@bsu.edu.ru) (Полонский А.В.)

Web-сайт журнала: [www.discourseanalysis.org](http://www.discourseanalysis.org)

СОДЕРЖАНИЕ

*Виктор Васильевич ХОРОЛЬСКИЙ* ТЕОРИЯ МАССМЕДИА, КОММУНИКАТИВИСТИКА И МЕДИАЛИНГВИСТИКА В КОНТЕКСТЕ «ПОГРАНИЧНЫХ СПОРОВ» 3

*Андрей Леонидович ДМИТРОВСКИЙ* КАТЕГОРИЯ НАУЧНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ПОЛЯ МЕДИАИССЛЕДОВАНИЙ КАК ДИСКУРС 12

*Zora HUDÍKOVÁ, Hana PRAVDOVÁ* CURRENT TRENDS IN JOURNALISTIC PRACTICE 26

*Александр Александрович ТЕСЛЕВ* ПОНИМАНИЕ «ЭПИСТЕМИЧЕСКОГО» В АКТУАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ МЕДИА 34

*Валерий Юрьевич МЕРИНОВ* ИВАН ГРОЗНЫЙ КАК ЖЕРТВА: ДИСКУРСЫ ЛЕГИТИМАЦИИ НАСИЛИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ИСТОРИОСОФСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ 40

*Алена Васильевна ДРОЗДОВА* НОМО КАК АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ В МЕДИАДИСКУРСЕ 54

*Александр Борисович БУШЕВ* ТЕОРИЯ РАМОК АНАЛИЗА ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА) 60

*Маринэ Сельбертовна ОТНЮКОВА, Андрей Игоревич СМИРНОВ* ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ МАССМЕДИЙНОГО ДИСКУРСА 65

*Елена Андреевна ТИМОЩУК* МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ В ФОКУСЕ ФЕНОМЕНОЛОГИИ 71

*Diana BULGANOVÁ* VALUES IN THE MEDIA AND THEIR IMPACT ON YOUNG PEOPLE 81

*Елизавета Васильевна ДЫК* АНАЛИЗ ТЕКСТА КАК ЕДИНИЦЫ ДИСКУРСА СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА 88

*Надежда Владимировна ТОРМЫШЕВА* МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ ДИСКУРС-АНАЛИЗА КИНОРЕЦЕНЗИЙ О ТВОРЧЕСТВЕ Ю. БЫКОВА) 95

*Oľga ŠKVARENINOVÁ* STANDARD SLOVAK IN MASS MEDIA 110

*Виктор Васильевич ХОРОЛЬСКИЙ*

**ТЕОРИЯ МАССМЕДИА, КОММУНИКАТИВИСТИКА  
И МЕДИАЛИНГВИСТИКА В КОНТЕКСТЕ  
«ПОГРАНИЧНЫХ СПОРОВ»**

*В статье рассмотрены некоторые аспекты разграничения объекта и смысловых границ трех смежных наук: теории массмедиа, коммуникативистики и медиалингвистики, важной стороной которых выступает изучение медийного текста, метадискурса СМИ, языка массовых коммуникаций. Общим знаменателем названных наук – толкование назначения и структуры медийных текстов, находящихся в эпицентре споров о месте гуманитарного знания в современной культуре. Проблема пограничных отношений является объектом внимания многих наук, что порождает известный конфликт интересов, о котором в академических исследованиях сказано пока мало. Нами сделаны выводы о необходимости соединения достижений названных наук, но и одновременной более критической их дельнейшей при создании общей теории анализа медийного текста и дискурса.*

*Ключевые слова: медийный текст, «граница», медийный дискурс, медиалингвистика, теория массмедиа, коммуникативистика, теория журналистики, методология анализа медийного текста.*

*Victor V. KHOROLSKY*

**THEORY OF MASS MEDIA, COMMUNICATION STUDIES  
AND MEDIA LINGUISTICS: “BORDERLINE” CONFLICTS**

*The article deals with some aspects of media linguistics, theory of mass media and journalism, plus communicology, their borderlines being connected with media texts scrutiny, mass media metadiscourse functioning and mass communication language ontology. Common basis of these sciences is centered around study of media texts as active linguistic patterns, reflecting humanitarian knowledge progress and trends in modern culture. Borderline relationships, attracting attention of many sciences, expose border conflicts that are not yet explicit in our investigations. The conclusions are drawn about simultaneous combining of theory of journalism, communicology and media linguistics achievements and borderlines delineation for the sake of creating meta-theory of media text and discourse analysis.*

*Key words: media text, «borderline», media discourse, media linguistics, communication studies, theory of mass media, communicology, theory of journalism, methodology of media text analysis.*

**П**роблема разграничения и дельнейшей познавательных пространств в гуманитарных науках, обострившаяся в эпоху сетевых коммуникаций, актуальна с точки зрения не только взаимодействия специалистов смежных цехов, но и с точки зрения естественной конкуренции научных работников на рынке информационно-познавательных услуг, что объясняет также актуальность темы «границы» любых наук и, если обратиться к заявленной в заголовке проблеме, требует при ее раскрытии большей четкости в различении объекта и предмета теории массмедиа,

медиалингвистики (МЛ), теории журналистики (ТЖ) и коммуникативистики (Communication Studies, иногда – communicativistics), сравнительно новой науки о массовых коммуникациях (МК) и принципах человеческого общения (Сапунов 2019: 6; Хорольский 2020: 447-451). Сегодня важно уточнить направление современных методологических векторов, определяющих движение названных наук в сфере анализа медийного текста (далее – МТ), сравнив их телеологические перспективы, границы и интенции авторских поисков, уточнив характер лингвостилистических ориентиров, релевантных при анализе МТ и общего объекта обсуждаемых наук. Лингвист и коммуникативист (теоретик МК) О.Я. Гойхман так охарактеризовал проблему междисциплинарных споров, несколько гиперболизируя суть когнитивного диссонанса: «Возникает вопрос: не слишком ли обширен перечень дисциплин (от технических до гуманитарных), необходимых для характеристики одного научного направления? Это не только вопрос терминологии, главное — в чем же здесь объект и предмет научно-образовательной деятельности? Следует ли, например, при обучении письму в Интернете объяснять устройство компьютера и особенности работы провайдера? Или в чем особенность коммуникации крыс, в рацион питания которых включали сыр сулугуни?» (Гойхман 2012: 5-6). Думается, вопрос можно сформулировать и так: есть ли продуктивные решения для установления границ не только наук, но и гуманитарного знания в целом?

Прорыв в области медийно-ориентированных массовых коммуникаций, связанный с появлением интернета, делает проблему «границы» еще более актуальной, чем во времена М. Бахтина. Сам по себе перехлест наук – дело естественное, но беда в том, что многочисленные дискуссии на тему кооперации и взаимообогащения в зоне пересечения наук порождены недопониманием именно расхождений в изучении коммуникативно-смысловых аспектов чужого слова, нередко воспринимаемого субъектами гуманитарного знания с позиций излишнего оптимизма и терминологического метафоризма, что усугубляется противоречивыми толкованиями терминов и жаргона из смежных специальностей, что в свою очередь осложняется различиями в трактовке субъектами научной деятельности целей и задач конкретного исследования, многозначностью содержания (значения) понятий и амбивалентностью общенаучной повестки дня, по определению субъективной. Примером может служить терминосистема известного философа Ж. Деррида, интересовавшегося статусом языка и письменности, проблемами разграничения и различения явлений в культуре. Его основополагающий термин-неологизм *differAnce* (не путать с *difference*), хотя и имеет общий корень с глаголом «различать», но семантика его с помощью неографизма

меняется: появляется новый оттенок смысла – элемент «размещения», разнесения «по разным углам», или, как пишет сам философ языка, появляется семантический фон «овременение, обход, откладывание» (Деррида 2007: 438). Аналогичная метафоризация обычных слов и понятий, приобретающих новые коннотации в речи ученого, наблюдается и в термине «деконструкция» и т.д. Важность замечаний философа по этому поводу, на наш взгляд – в самой постановке вопроса о методологии изучения языка, о научности базовых концепций языка, которые Ж. Деррида решительно переоценивает. Такой пересмотр всей истории культуры, конечно, обречен на двусмысленность и недопонимание. Адекватно ли воссоздают языковую картину мира гуманитарные науки? Возможна ли тут объективность? То, что МЛ более ориентирована на жесткую и строгую доказательность, на фактографический эмпиризм, естественно, не может служить показателем преимущества по сравнению с ТЖ и теорией МК. Но по отношению к теории журналистики МЛ первична как наука о бесспорных фактах бытования языка, зафиксированных в грамматиках всего мира. Постмодернистская грамматология при всей её оригинальности не может считаться метатеорией языка, но она дает пример выхода за границы строгой науки в пространство научного эссеизма, к которому не должно быть пренебрежительного отношения. Примером такого отношения, на наш взгляд, является стратегия журнала «Вопросы теории и практики журналистики» (Байкальский госуниверситет), направленная на сближение гуманитарных и технических наук. Пока в статьях журнала обилие цифр и таблиц производит на читателя неоднозначное впечатление.

Очевидно, что общим знаменателем и фундаментом названных выше дисциплин является актуальная массовая информация и коммуникация, а ядром познавательных пространств чаще всего, по крайней мере – в нашем случае – выступает МТ и медийный дискурс (МД), природа которых сплавлена с природой социального общения, напрямую зависящего от особенностей естественного языка, от исторически сложившихся культурных кодов и знаков. Можно еще проще сказать: стержнем трех наук является язык и речь коммуникаторов, находящихся в зоне преобладающей субъективности и повышенной роли субъектности в дискурсе.

Бесспорно, что объектом МЛ как науки, находящейся пока в стадии становления, является, прежде всего, совокупность языковых явлений в СМИ, изучаемых общей лингвистикой (ОЛ) и ее «ответвлениями». В то же время МЛ выходит далеко за пределы ОЛ, образуя «на границе» ряд общих предметных анклавов (например, «языковая игра», «прецедентные феномены», «неология», «фразеологические обороты», «тропы» и т.д.), где сотрудничество наук дает дополнительную энергию (синергию) коллективной

креативности. Но при всей плодотворности сотрудничества наук, объектом которых выступает язык СМИ, очевидна граница: МЛ гораздо ближе к «грамматологии», как её понимают ученые, близкие к эпистемологии постмодерна (Петерс 2018: 104).

Для теории МК, как и для ТЖ, магистральный сюжет и доминантный мотив познания – это не только МТ и дискурсы в СМИ, но и медиаиндустрия, условия и природа журналистского труда, материальная база редакций, концентрация капитала и т.д. Говоря другими словами, для теории массмедиа (ММ) и ТЖ отдельный МТ не может быть единственным ядром научного рассмотрения. Иным полюсом, например, выступает «аудитория», покупающая медиатовар. Ясно, что в литературоведении и лингвистике редко мелькает «образ аудитории» как покупателя и донора, влияющего напрямую на авторов текстов. В ММ и ТЖ это константа дискуссий, основной центр исследования специфики медиапотребления. Данный штрих любопытен и с точки зрения политэкономии: массмедиа стремительно интегрируются в индустрию развлечений, гедонизм из побочного признака становится доминантой производства МТ.

Исследование политэкономических аспектов СМИ, изучение рынка, маркетинг и менеджмент, особенности концентрации производства стали привычными в работах, создаваемых на факультетах журналистики, чего никак не скажешь об объекте и предмете МЛ (Кузьмина 2011: [http](http://)). Информационно-культурологический метод анализа МТ и МД, используемый нами, предполагает сопоставление ядра и периферии близких, но не идентичных, не пересекающихся наук на основе рассмотрения ряда дихотомий, основными из которых мы считаем:

- дихотомия «язык МТ- национальный язык»;
- дихотомия «язык МТ- язык потребителя»;
- дихотомия «экспрессивность - стандарт (МТ)» (Хорольский 2009: 44-45).

В последней триаде дихотомия «экспрессивность - стандарт», воплощающая одну из базовых примет МТ в системе текстов культуры, прежде всего в системе художественных текстов (ХТ) и научных текстов (НТ), выступает в роли базового индикатора стиля, выражающего, например, резкость речевого действия автора, основной тон наррации. Взаимоотношения естественного языка и методологических ориентиров гуманитарных наук таково, что язык как среда и возможность коммуникативных актов выступает неизменным атрибутом как разговорно-обыденного, так и специального, научного дискурса. Аналогичный термин в ОЛ – язык для специальных целей (ЯСЦ). Однако есть проблема границы анализа текстов, взятых в контексте общекультурной герменевтики и интерпретационных задач теории журналистики (Алефиренко 2005: 6-14).

В условиях транснационализации мировой культуры возрастает унификация и стандартизация МТ, поэтому на язык и стиль массовой коммуникации оказывают решающее воздействие глобальные тенденции: распространение гедонистической тенденции (языковая игра, визуализация, инфографика и т.п.), проникновение в национальные языки заимствований, тяга к аббревиатурам, сжатым формулам-стереотипам. Наблюдается увеличение удельного веса «цифры», т.е. статистики), цитатности, топонимики. Все ощутимее в композиционно-графических схемах доминирование поэтики заголовочных комплексов, всё чаще бросается в глаза манипулятивно-рекламная подоплека МТ, плакатность авторской манеры в политических МТ, особенно это заметно в теледискурсах, например, в теледебатах. Новая пропагандистская журналистика, прославляющая квасной патриотизм и лояльность Большому Шефу, стала базой и новой стилистики МТ. Таковы следствия эволюции журналистской составляющей МТ в последние десятилетия, определившей и природу предложенной схемы анализа. Необходимо конкретизировать общую схему МТ, включающую важнейшие стороны анализа проблемы границы в научном пространстве рассматриваемых наук.

Категория «медийность», будучи нервом и двигателем концептосферы «массмедиа», выступает как модель и инвариант смыслового поля «информация – коммуникация», она отображает суть великого множества сообщений, распространяемых с помощью массмедиа, текстов («меседжей»), имеющих универсальное свойство отражать реальные события и в то же время быть событием для коммуникатора и реципиента (Полонский 2014: 118). Будучи частью, «узлом» социальной практики и медийного модуля культуры, укрепляющим фундамент трёх наук, теория ММ, на наш взгляд, обеспечивает системность и целостность принципов функционирования и саморефлексии гуманитарного знания, гарантирует, в частности, внутреннюю органичность элементов МТ и эффективность их связей. Органичность и в то же время отграниченность МТ в смысловом поле культуры отражает диалектику взаимодействия и конкуренции наук о духе времени, стремящихся к преодолению субъективности и в то же время к укреплению роли субъекта в МД.

Определение границы рассматриваемых наук через ММ, думается, позволяет говорить о наличии предзаданной (априорной) стратегической ориентации создателей МТ (и их критиков!) на единый методологический ориентир и соответствующий объект изучения. У МЛ это методы постижения и изучения категории «стиль» («языковой вектор стиля» высказывания), у теории МК – методы постижения и изучения категории «коммуникация» (успешность общения), в ТЖ – методы постижения и изучения категории «информация» (культура



информирования массового реципиента). Теорию ММ с точки зрения совершенствования информационно-культурологического дискурса наиболее четко репрезентирует находящаяся в становлении дисциплина «коммуникативистика» (реже – коммуникология), которая теснейшим образом пересекается не только с понятийным полем и проблематикой ТЖ, с логикой практической журналистики, но и косвенно отражает воздействие на МТ более широких контекстов – медийного бизнеса, политической цензуры, моды и т.д. Модуль медийной культуры, реализующий свои потенции в ежедневной практике информирования масс, обеспечивает сравнительную бесконфликтность содружества, что заставляет говорить о неразрывно-неслиянной триаде наук. Для пояснения этого тезиса целесообразно взять тот аспект пограничного бытия наук, который срастается с понятием и методикой лексико-стилистического анализа МТ, т.к. это наиболее эксплицированный структурный слой языка, позволяющий предельно упростить данный в схеме уровень анализа, опирающийся на самоочевидный слой текстуры.

То, что МЛ и коммуникативистика, будучи во многих отношениях родственными дисциплинами, решают одну общую проблему анализа МТ, естественно, продуктивно и необходимо, и наличие этой общей линии едва ли вызовет вопросы. Иначе говоря, есть вопрос о самодостаточности углубления в суть МТ при разговоре о текущем моменте, требующем скорости реагирования и не оставляющем автору времени для осмысления события. МЛ, ориентируясь на общие законы науки о языке, тяготеет более к анализу грамматической фактуры текста и его структуры, диктующей необходимость методологической полипарадигмальности, а теория МК и ТЖ – к анализу МТ как «произведения», близкого к художественному нарративу, что делает векторы наук разнонаправленными. Профессиональные интересы автора оперативного высказывания о «незастывшей современности» (М. Бахтин) далеко не всегда совпадают с интересами коммуникатора-ученого, углубляющегося в процессе анализа МТ в дебри человеческой психологии, политологии и в другие, порой несмежные, отрасли знания, причем анализ этот определен в первую очередь содержанием, идеологией, пафосом соответствующих МД, а потом уже телеологией журналистской профессии. Ясно, что углубленный анализ репортерских сообщений в научных трудах желателен, но чаще всего находится на периферии наших исследований МТ и МД. Проблема глубины и системности формально-стилистического анализа МТ значительно отличается от задач, скажем, литературоведческого анализа художественного текста (ХТ), где эта глубина является не просто идеалом, как в ТЖ, но нормой. В цехе теории МК этот идеал выступает своего рода линией горизонта, к которой исследователь не всегда обязан идти, сознавая факт недостижимости этой линии.

Рассматривая МТ и ХТ в ракурсе их коммуникативной природы, легко увидеть общее и различное в их интенциональной структуре, по-разному воспринимаемой медиалингвистами и коммуникативистами при анализе поэтики изучаемых объектов. В большинстве МТ проблема автора гораздо проще проблемы автора в ХТ, хронотоп тоже «прозрачнее», поэтому М. Бахтин и его адепты не служат в ТЖ законодателями мод (Гойхман 2012).

Концепт «медийность» можно рассматривать как репрезентацию «новостийно-коммуникативной» практики, являющейся полем освоения текущей жизни с помощью обыденного опыта здравомыслящего человека. В научных текстах (НТ) погружение в глубины ЯСЦ уводит потребителя за пределы каждодневного опыта и ограничивает доступ широких масс в зону общения специалистов. Не то в МТ. Любой садовник может в газете рассказать о своих огурцах, любой пасечник имеет право расхваливать с помощью СМИ своих пчел. Однако кажущаяся самоочевидность смысла МТ, простота создания и функционирования медийного высказывания, банальность анализа первичных событий и атомарных фактов в социуме, не должны вводить в заблуждение компетентную публику. Медийность «вторичных», синтетических текстов, например, стихов, помещенных в литературном журнале, очевидна, но степень функциональной интенсивности МТ различна в дискурсе литературно-художественного журнала и ежедневной газеты. Новости имеют повышенный градус медийности, ХТ в пространстве массмедиа не может претендовать на положение в эпицентре медийного дискурса. Коммуникативистика, будучи универсально-объединяющей наукой и видом творческой деятельности, связанной, например, с практиками политического общения, с медиарилейшнз, с наукой управления, выборами и т.п., не может не соприкасаться с ТЖ, с медиалингвистикой, прежде всего с языком медийных политических текстов. Язык политических текстов – объект общий, но предмет и целеполагание тут разные. Метафора «политическая лингвистика» не стала термином именно из-за отсутствия специфики предмета.

Теория деконструкции (Ж. Деррида и др.) концептуализирует коммуникацию как процесс, в котором «значения» (кванты информации) отражают «игру означающих», дебош знаков, не признающих объективности процесса коммуникации и деконструирующих идеал объективности восприятия (сколько голов – столько и мнений). В словах-знаках МТ больше внешней адекватности и доступности по сравнению с ХТ, но, с другой стороны, здесь же больше фейковых явлений, манипулятивных приемов пропаганды, лицемерия и под- и надцензурного официоза. Это и есть источник конфликта интересов в языковой практике создателей МТ.

### **Каковы выводы из сказанного?**

Общим в рассмотренных границах трех родственных наук, как правило, являются объект и отчасти предмет изучения в сфере соприкосновения этих наук с каждодневной практикой информирования населения, в сфере нарративов о значимых событиях и мнениях конкретных (реальных) людей. Естественна связь МТ с политологией и социологией, где речь часто идет о документально подтвержденном содержании и стандартизированной форме массмедийных дискурсов (МД), рассматриваемых как совокупность стереотипных коммуникативно-речевых актов и процессов, как способ реализации базовых потребностей общества в накоплении и передаче прозрачной непротиворечивой информации от поколения к поколению. Упрощение смысла слов и событий можно считать маркирующим признаком МТ, фиксирующим его границы. Естественно, процессы, вовлекающие в свою орбиту языковую специфику и уникальность МТ, особенности экономического функционирования СМИ и медиаиндустрии тесно соприкасаются с закономерностями семиосферы, способствуя при этом эволюции и совершенствованию ноосферы, коллективного творчества в сфере МК. Характерным признаком совместной деятельности ученых «пограничья» является пристальное внимание к языку всех видов текстов культуры в рамках ММ, к нарративно-агитационной специфике журналистских МД. В частности, при разговоре о МТ всеми «цехами» констатируется парадоксальное несоответствие скорости оборотов и объемов МД и нехватки качественной информации в обществе. В океане воды много, да пить нечего.

Публицистические культурософские тексты и дискурсы, аналитические статьи в серьёзных изданиях являются основной клеткой качественной журналистики, порождающей культурно-коммуникативную сферу рационально-познавательной человеческой деятельности, связанной с политикой, бизнесом, наукой и т.п. Семиотические модели коммуникации, применяемые при анализе МТ используются во всех гуманитарных науках, но их эффективность в рассмотренных областях знания пока скромнее ожидаемой. Это служит не главным, но заметным источником когнитивного диссонанса и конфликта интересов. Конфликт интересов порожден и спорами о глубине анализа МТ в разных науках. Конфликт не стал глубинным, границы наук легко стираются в условиях стремительных перемен. И теория журналистики, будучи частью вузовской науки о масс-медиа, обязана сделать более решительный поворот к коммуникативистике (коммуникологии). Почему необходима подобная «конвергенция»? Да потому, что на границе наук происходит как их взаимообогащение, так и их частичное поглощение и слияние, что и породило во многом явление тотальной интердисциплинарности в науке.

### Список литературы:

- Алефиренко Н.Ф.* Дискурс как смыслопорождающая категория (дискурс и вторичное знакообразование) // Язык. Текст. Дискурс. Вып.3. Межвузовский научный альманах. / Под ред. Г.Н. Манаенко. — Ставрополь: Изд-во ПГЛУ, 2005. С. 6 - 14.
- Гойхман О.Я.* Коммуникативистика в современном обществе // Современная коммуникативистика, 2012, №1 (1). - С. 4-9.
- Деррида Ж.* Диссеминация / Ж. Деррида; пер. с франц. Д. Кралечкина. — Екатеринбург: У-Фактория, 2007. — 608 с.
- Кузьмина Н.А.* Интертекстуальность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиадискурса / Медиаскоп. 2011. URL: <http://www.mediascope.ru/node/755>
- Петерс Б.* Деррида. Пер. с фр. Д. Кралечкина — М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018.
- Полонский А.В.* Массмедийность как категория дискурса и текста / А.В. Полонский // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования : I междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 1-4 апр. 2014 г. : сб. науч. работ / науч. ред.: Е.А. Кожемякин, А.В. Полонский. — Белгород: Политерра, 2014. - С. 110-122.
- Сапунов В.И.* Запад и «не-Запад». Поворотные пункты в истории мировой журналистики нашего времени / В. И. Сапунов, В. В. Хорольский // Журналистика развивающихся стран: переходный этап эволюции : сборник статей аспирантов факультета журналистики ВГУ .— Воронеж: изд-во ВГУ, 2019 .— С. 5-8.
- Хорольский В.В.* Западная литература и публицистика XX века (культурологический подход) / Хорольский В.В. — Воронеж: Алмаз, 2009. - С. 112.
- Хорольский В.В.* Доверие к СМИ и ценностные ориентиры журналистики: культурологический взгляд на сегментацию аудитории// Язык, право и общество в координатах массмедиа: сб. мат. III Междунар. науч. конф. (Москва, ИЗИСП, 25–26 сентября 2019 г.) / под ред. И.В. Анненковой, Л.Р. Дускаевой. — М.: ИЗИСП, 2020. - С. 447-451.

---

*Хорольский Виктор Васильевич* – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и литературы Воронежского государственного университета (г. Воронеж), [khorolbox@mail.ru](mailto:khorolbox@mail.ru)

Андрей Леонидович ДМИТРОВСКИЙ

## КАТЕГОРИЯ НАУЧНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ПОЛЯ МЕДИАИССЛЕДОВАНИЙ КАК ДИСКУРС

*В статье описана попытка сформулировать матрицу методов медиаисследований, основанную на универсальных общенаучных категориях, а также накопленном потенциале методологической базы гуманитарной парадигмы (в частности, как феномена дискурсивного поля). В рамках понятий «методологическая культура» исследователя и «персональная исследовательская парадигма», была выделена категория «научно-методологическое поле», систематизирующая методологический хаос теории журналистики и дающая общие ориентиры исследователям для построения единой метатеории журналистики.*

*Ключевые слова: Экзистенциальная теория журналистики, дискурс, дискурсивное поле, научно-методологическое поле, персональная исследовательская парадигма, методология медиаисследований, матрица методов.*

Andrey L. DMITROVSKY

## CATEGORY OF SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL FIELD OF MEDIA RESEARCH AS A DISCOURSE

*The author describes a matrix of media research methods based on universal general scientific categories, as well as the accumulated potential of the methodological base of the humanitarian paradigm (in particular, as a phenomenon of the discursive field). Within the concepts of "methodological culture" of the researcher and "personal research paradigm", the author identifies the category "scientific and methodological field", which systematizes the methodological chaos of the theory of journalism and provides general guidelines for researchers to build a unified meta-theory of journalism.*

*Keywords: existential theory of journalism, discourse, discursive field, scientific and methodological field, personal research paradigm, methodology of media research, matrix of methods.*

### Введение

**Н**и для кого не является секретом тот факт, что в теории журналистики царит методологический мультиплюрализм. Это значит, что отсутствует даже общее представление – в каком направлении развивать науку, и на каком, соответственно, фундаменте строить её методологию.

Данная ситуация обусловлена массой причин, основными из которых можно назвать следующие: потенциал наследия Белинского-Ленина – воспринятый советской теорией печати – доведённый было уже до первых теоретических (системных) обобщений, так и не был раскрыт, тем более, не раскрыт он сегодня; сказалось, по всей видимости, доминирующее господство социологического и филологического методологических подходов, не предполагающих относительно журналистики сколь-нибудь фундаментальных

теоретических обобщений; общая направленность большинства медиаисследований на эмпирически-прикладные проблемы непосредственной журналистской деятельности; «засорённость» методологического поля науки о журналистике методиками и подходами других наук, порождающая категориально-методологический хаос; огромное влияние западных концепций и доктрин, зачастую носящих идеологизированный или просто ложный, ошибочный, либо мифологизированный характер (См. Прим.1); как следствие, слабой методологической подготовкой даже ведущих медиаисследователей (на что прямо указывают философы и методологи науки (Иващенко, Науменко, 1999)).

Очевиден факт: *методологией науки накоплен огромный потенциал инструментов познания и принципов организации и интерпретации знания, но теорией журналистики он не освоен.* Очевиден также и следующий тезис: *необходимо структурировать научно-методологическое исследовательское поле науки о журналистике.* Об этом и пойдёт речь ниже. Однако стоит отметить, что прежде чем браться за описание непосредственно «методологической матрицы» для исследования и описания феномена журналистики, необходимо хотя бы в первом приближении разобраться с общим пониманием структуры категории «научно-методологическое поле (социогуманитарной парадигмы) как система» (в рамках которой – социогуманитарной парадигмы – и ведутся основные исследования медиа).

Основная гипотеза исследования сводилась к мысли о том, что научно-методологическое поле (Н-МП) представляет собой структуру с информационно-полевым принципом организации. В ходе анализа массива научного инструментария выяснилось, что весьма близкой категорией, достаточно хорошо разработанной в науке, оказалась категория дискурса и дискурсивного поля. Однако главный результат предполагался не в том, чтобы установить сходство научно-методологического с дискурсивным полем, а в обосновании его вертикального и – шире – иерархически-уровневого строения. Соответственно предполагалось, что в зависимости от уровня на котором производится исследование, различными будут как масштаб и форма представления исследуемой реальности (факт – проблема – закономерность), так и – главное – набор научно-методологического инструментария учёного (приём-методика-метод – методологический подход – метатеория). А также способы интерпретации знаний.

### **Теория и методология**

Для достижения поставленной цели была сконструирована соответствующая методология исследования. В «основание сборки» была положена философская антропология, как ведущий принцип

социогуманитарной парадигмы современной постнеклассической научной картины мира. Его суть – в утверждении принципиальной **субъектности** любой человеческой деятельности.

На уровне теоретико-журналистских знаний (теорий частного уровня) были использованы наработки ведущих теоретиков и методологов науки о журналистике – Е.П.Прохорова, С.Г.Корконосенко, В.В.Тулупова, М.Н.Кима, Т.В.Науменко, Е.А.Кожемякина, М.В.Загидуллиной и многих других, а также ряд положений Экзистенциальной теории журналистики (как общей (мета) теории журналистики).

На уровне общенаучной методологии были использованы: системный принцип в его структурном аспекте; формально-логический метод определения понятий (Светлов, 2006); понятийно-категориальный метод; а также несколько вариаций триалектического подхода. В частности, метод триадической дешифровки категорий (Боуш, 2020: 172-174), а также метод триадных полей (Маврина, 2008), благодаря чему и была выделена, сформулирована и проанализирована категория «структура научно-методологического поля (*социогуманитарной парадигмы*) как система».

В теоретическом аспекте особый интерес вызывал анализ научной методологии в контексте, во-первых, категории «поля» и, во-вторых, категории «дискурса». Триада понятий «поле-дискурс-методология» должна была дополнительно (и пока частично) охарактеризовать такой «идеальный объект» более масштабного исследования как «методологически подготовленный исследователь» (журналистики (*в перспективе*)).

В строгом значении слова (в узком смысле) методология представляет собой «целостную систему методов познания действительности, структурно представляющую собой *иерархию*, и ставящей целью максимально адекватное (приближенное к истине) описание, объяснение и прогнозирование (с целью управления) бытия того или иного объекта действительности» (Дмитровский 2018: 22). Понятно, что такая методология есть конечный «продукт» длительного коллективного творчества «специально обученных» людей, с помощью которого все члены общества получают приемлемый способ относительно самостоятельного исследования или интерпретации реальности. То есть методология выступает совершенно конкретным инструментом, готовым к использованию в соответствующей ситуации (как, скажем, очки, молитва или лопата). Другое дело, что методология чаще выступает продуктом духовного, умозрительного порядка.

В более широком социальном контексте, понимаемая, например, как методология науки, то есть *предметно-тематическая и познавательная деятельность человека в её специфике и взаимосвязях*, методология (методологическое творчество)

представляет собой разновидность социальной коммуникации. Если, как справедливо утверждает А.В.Соколов, коммуникация вообще – это «опосредованное и целесообразное взаимодействие двух субъектов», то социальная коммуникация представляет собой «движение смыслов в социальном времени и пространстве» (Соколов, 2002: 39). Смыслы, движущиеся в социальном пространственно-временном континууме, представляют собой знания, умения, стимулы, эмоции, а также «мотивы» и «экзистенциалии» (Дмитровский 2011: 170-171). Соответственно методология, концентрирующая в себе преимущественно знания и умения (понимание реальности с целью управления её объектами), выступает частью (разновидностью) «социального пространства-времени» и потому необходимо имеет аналогичную структуру *континуального организационного порядка*.

При этом следует отметить, что сам термин «коммуникация» («обмен») подразумевает больше горизонтальные взаимодействия между людьми, причём носящие, как правило, нейтральный или даже отчуждённый (операциональный) характер: «коммуникационное действие – завершённая операция смыслового взаимодействия, происходящая без смены участников коммуникации» (Соколов, 2002: 41). Но методологическое творчество носит принципиально иной (в идеале), нежели коммуникация, характер.

Коллективное познание реальности носит характер **общения**: которое, помимо перцептивной и коммуникативной сторон, включает в себя ещё и «обмен не только словами, но и действиями согласно принятой программе совместной практической деятельности» (Соколов, 2002: 67). В частности, общения научного: как в виде формальных когнитивных форм (всевозможных обсуждений – конференций, симпозиумов, журнально-книжной продукции и критики, совместных исследовательских проектов и грантов), так и в виде неформального обсуждения идей и теорий друг друга («невидимый колледж»). Цель – выработка консенсуса по наиболее значимым социально-теоретическим вопросам данной сферы науки.

В конечном итоге, целью всех форм научных коммуникаций выступает научное знание, особенность которого заключается в том, что оно добывается и фиксируется специализированными научными методами и средствами. При этом это знание стремится к выработке совместного единого («общего», «коллективного») представления о предметах окружающей человека действительности на основе критериев объективной значимости, истинности и проверяемости любых её (науки) утверждений. Иными словами, можно утверждать, что научно-методологическое знание представляет собой «особую форму физической реальности наряду с веществом», то есть «поле» (Лебедев, 2008: 233). Категория поля подчёркивает в данном контексте духовный характер феномена научной методологии: в частности, тот



факт, что как любая интеллектуальная традиция, она порождает надындивидуальную умозрительную реальность, своеобразную «силовую среду» для учёных и заказчиков результатов их творчества.

Можно сделать промежуточный вывод: научно-методологическое поле – как наиболее полная совокупность методов и процедур получения, обоснования и применения знания (способов познания мира) – является «физической системой с бесконечным числом степеней свободы» (Лебедев, 2008: 233) предназначенной для адекватного отражения и моделирования реальности, и обладает определёнными «вещественными» характеристиками, например, неоднородностью (прерывистостью) – где-то насыщенное методологическим инструментарием, в другой своей части оно может иметь «провалы» (как в теории журналистики).

Подобно полям физическим, социально-смысловое поле научной методологии также имеет свой «источник» и «носителей»: конкретных материальных людей – учёных и исследователей, создающих относительно исследуемого окружающего мира совокупность точек зрения (носящих, ещё раз отметим, системный и доказательный характер), связанных в единую «научную картину мира». Так мы выходим на вторую важную для нашего исследования категорию – понятие дискурса и дискурсивного поля (дискурсивности в целом).

Исследователь В.И.Ильин даёт идеальное по своей простоте и гносеологической ёмкости определение: «Дискурс – это организация социального взаимодействия по поводу определения реальности» (Ильин, 2007: 3). Если соединить данную дефиницию с теми выводами относительно научно-методологического поля, к которым пришли мы, то получается ряд интересных определений:

- *наука* – организованное социальное взаимодействие относительно определения сущности и объектной структуры реальности;

- *научная методология* – организованное социальное взаимодействие относительно определения наилучших способов познания (определения) реальности;

- *научно-методологическое поле* – дискурс, специфически определяющий реальность и порождающий различные формы отношения к ней, разные её образы (интерпретации) и соответствующие стили жизни, а в конечном итоге – те или иные формы организации социальности.

То есть дискурс порождает «социокультурное поле», а затем и совокупность социальных институций: «В рамках такого поля возникает активное интеллектуальное взаимодействие как в пространстве (между современниками), так и во времени (с предшественниками). В то же время дискурсивные поля разделяются границами, на которых взаимодействие существенно ослабевает либо

прекращается. Дискурсивное поле – это смесь интеллектуального и социального полей, здесь словесное взаимодействие трансформируется в определенный тип социальной практики. В каждом поле свой специфический набор ресурсов, своя культурная программа и коммуникативная система» (Ильин, 2007: 16).

Таким образом, **научно-методологическое поле** стало возможным определить как *социальный пространственно-временной и интеллектуально-смысловой континуум, отграниченный от иных дискурсов функционально-познавательной задачей получения адекватной, истинной и полезной информации о различных предметах окружающей человека действительности с помощью специфических научных методов и средств, и реализующий себя в различных формах социальной практики.*

Оставалось лишь рассмотреть структуру Н-МП.

### Результаты

Как и любая дискурсивная структура (методологическая матрица), научно-методологическое поле имеет определённую структуру. Н-МП представляет собой конструкт «ядро – ближний круг – периферия»: точнее это, графически, скорее система концентрических кругов, расходящихся от центра (ядра) к периферии, где ядром выступает «научная парадигма исследователя» (по Е.П.Прохорову).

Научная парадигма исследователя (НПИ) представляет собой триаду, одной из «вершин» которой выступает материальный живой **субъект** научной деятельности (остальными – информационно-смысловые структуры):

– **личность** исследователя (в данном аспекте – его *мировоззренческие ценности и установки*: зачастую неосознаваемый «дальний круг»; это – социально-философская сторона НПИ);

– *научно-журналистские знания* (теоретико-журналистская сторона НПИ);

– *общенаучная методология* (методолого-гносеологическая сторона НПИ).

Логическое развёртывание данной триады позволило обосновать шесть уровней познания реальности с соответствующими им методологическими палитрами («кластерами») получения, интерпретации и организации знаний.

- 1) уровень прикладных исследований – методики и процедуры;
- 2) уровень эмпирических исследований – конкретный метод;
- 3) частнотеоретический уровень – подходы и методологии;
- 4) парадигмальный – метатеории и парадигмы;
- 5) мировоззренческий – философские категории и основания;
- 6) концептуальный – идеалы и Абсолюты (концепции человека)

(Дмитровский 2020: 21).

Это структурное ядро Н-МП обладает и рядом «интегральных» характеристик – общих элементов, составляющих дискурсивное поле (Ильин, 2007: 16-18).

Так, важнейшим ресурсом строительства (формирования) дискурса выступает *язык общения*. Он проявляется прежде всего в общности категориального аппарата описания и упорядочивания реальности. Далее язык служит средством репрезентации и обсуждения реальности в соответствующем контексте: конкретной теории, философском учении или мировоззренческих установках. Это позволяет участникам одного дискурсивного поля понимать друг друга, опознавать по принципу «свой-чужой» и спорить по существу обсуждаемых проблем. Более того, сама «заданность» проблематики («головоломки» для обсуждения, ракурсы и подходы к их решению, презентация решений и потребление интеллектуального продукта) априорно актуализируется языком: набором общих ключевых понятий и категорий, методов, теорий и парадигм, трактуемых более или менее единообразно.

Даже беглого взгляда на методологическое поле науки о журналистике достаточно, чтобы понять всю сложность выстраивания полноценного научно-теоретического дискурса теории журналистики. Понятно, какой испытывает стресс начинающий исследователь медиа, погружаясь в журналистскую методологическую дискурсивность: по статистическим данным, собранным социологами ф-та журналистики МГУ, на данный момент прослеживается несколько десятков направлений формирования теории журналистики, однако единства нет и в помине: «Российские академические исследования СМИ и журналистики представляют собой сегодня «пестрое поле», на котором еще не все составляющие его «кусочки» нашли свое место и скрепились друг с другом. <...> Очевидна растущая потребность в актуализации теории СМИ и журналистики. Ведь несмотря на то что социально-экономический контекст в обществе принципиально изменился, как и изменились сами массмедиа и журналистика, теория СМИ все еще не сформулировала новые понятия природы, миссии и особенностей функционирования профессии и современной медиасреды» (Вартанова, 2015: 21).

Следующий важнейший элемент – конструируемая категориальным аппаратом смысловая *граница дискурсивного поля*. «На границах дискурсивного поля происходит смена ключевых категорий или по крайней мере вкладываемого в них смысла» (Ильин, 2007: 16). Граница смыслового поля характеризуется непониманием – частичным или полным: тексты чуждого дискурсивного поля кажутся читателю написанными «на птичьем языке», когда интуитивно угадывается лишь общий, чаще всего иллюзорный смысл написанного,

а вести полноценное обсуждение проблемы с оппонентом в таком случае просто невозможно. То же касается и методологических подходов: подобно древним мастеровым, считавшим свои инструменты священными и под страхом смерти не позволявшим никому к ним прикасаться, многие исследователи «боготворят» только тот методологический инструментарий, что был «впитан» ими от своего научного руководителя и любое предложение его обновить или переосмыслить воспринимают как осквернение символа веры.

Структурно внутри дискурса активно формируется третий элемент дискурсивного поля – *дискурсивное древо*. «В пределах одного поля работы разных авторов питают друг друга, вырастая одна из другой как ветви дерева, стволем которого выступают труды классика или классиков. Идеи одного автора развиваются, уточняются, переносятся другими на новое предметное поле. В результате совокупность нередко очень большого числа авторов превращается в единый интеллектуальный поток» (Ильин, 2007: 17). Очевидно, что именно таким «интеллектуальным потоком» и стала советская теория печати: её классики – В.И.Ульянов (Ленин) (как бы мы ни относились к его политическим взглядам) и отчасти Алексей Пешков (Максим Горький), заложившие фундамент теории (принцип партийности и метод соцреализма), стали массово цитируемыми, их мысли и идеи пересказывались, использовались в качестве аргументов и фактов... Однако так и не появилось крупных продолжателей их идей («лидеров-толкователей» по В.И.Ильину), сумевших развить идеи основоположников в полноценные теории, основать новые предметные области (как Антонио Грамши в Италии или, позже, философ левого толка Режи Дебре во Франции (Грамши, 1959; Дебре, 2010) или сформулировать альтернативную отечественную теорию («индигенную» – Загидуллина, 2015).

С этой стороны совершенно логично (как было сказано в цитате выше), что «российские академические исследования журналистики» представляют собой сегодня «пёстрое поле»: концепты классиков отвергнуты, наследников-продолжателей не появилось, следовательно, исходя из строения (иерархии) дискурсивного поля (Ильин, 2007: 17), непосильная задача создания общей теории журналистики ложится на плечи «активистов» – энергичных деятелей дискурсивного поля и их «приверженцев»: исследователей узких предметных областей и отдельных тем.

Активизируется четвёртый элемент – так называемая «дискурсивная слепота». Ситуация «очаговой рассредоточенности», когда исследователи группируются вокруг авторитетно-энергичных, как правило непосредственно руководящих ими, лидеров, образуя локальные дискурсивности. В подобной ситуации, к сожалению, типичной реакцией на всё новое (иногда всё же доходящее из соседних,

параллельных дискурсивных полей) становится реакция игнорирования коллег, особенно их «периферийных» идей и теорий. Об этом с горечью писал Е.П.Прохоров: «Нельзя не огорчаться тому, что «методологическая критика» в науке о журналистике в явном виде практически не существует, проявляясь лишь попутно, особенно при полемических схватках. <...> Любопытно напомнить, что исследователи публицистики (а выпущено ими в итоге десятков книг) практически не дискутировали друг с другом, а выдвигали свои концепции на основе субъективно сформулированных парадигм. То же происходит в наше время с общей теорией журналистики» (Прохоров, 2005: 40).

С точки зрения дискурса, эти негативные факты во многом объясняет пятая характеристика дискурсивного поля – его *силовой характер*. Дискурсивное поле обладает незримой принудительной силой по отношению к попавшим в него авторам и ученикам – чтобы не стать изгоем и не попасть относительно «тусовки» в вечную «френдзону», необходимо разделять принятые здесь ценностные ориентации, придерживаться принятой здесь проблематики и говорить на принятом здесь общем языке. «Дискурсивные поля оказывают мощное влияние на организацию потребления тех, кто в них оказался. Самоидентификация и внешняя идентификация часто связаны с принадлежностью к тому или иному дискурсивному полю. «Я» определяется через то поле, в котором разворачивается его духовная жизнь. Духовный, интеллектуальный дискурс (обмен идеями, мнениями) создает атмосферу, в которой совершается потребительский выбор. Принадлежать к данному полю – значит включиться в его дискурс, «быть в курсе», быть в состоянии высказаться, оценить или просто продемонстрировать осведомленность («я это тоже читал, смотрел, видел») (Ильин, 2007: 19).

Любая форма социального взаимодействия имеет *тенденцию к институционализации*. Её самая слабая форма – неформальные мероприятия и объединения: совместные праздники, встречи (дружеские банкеты, ужины, вечера), клубы (рыбалка, охота, спорт). «Многие научные семинары, конференции – типичное проявление институционализации дискурсивных полей в науке. Сильная форма институционализации – создание научных, печатных, учебных органов, ассоциаций, союзов, которые действуют в пределах одного дискурсивного поля» (Ильин, 2007: 18). Каждая теория (учение), набор идей или ценностей, способов анализа реальности, оформившись в совокупности вербальных высказываний, порождает «воронку социальности»: меру энергии коллективного разума, затягивающего на свою орбиту формирующих свою научную парадигму исследователей.

Логично, что сторонники одного дискурсивного поля формируют

*дискурсивное сообщество*: совокупность людей, производящих и потребляющих духовную продукцию в рамках одного дискурсивного поля. Маркер «свой – чужой», как отмечают палеопсихологи (Поршнев, 2017), является одним из самых древних, и потому особенно значим в неоязыческую эпоху толпо-элитарного общества. Как только «незримый колледж» сформировался – включаются механизмы «закрытия» дискурсивного поля от «дилетантов»: языковой барьер, поклонение авторитету, монополизация ресурсов, расслоение ядра и периферии, привилегии – присвоение прав на выступление или «отключение микрофона», ужесточение границ и различные цензы.

### Обсуждение

Анализ научно-методологического поля (Н-МП) как дискурса показал ряд важных моментов.

I. Научное знание («интерпретация» или «определение реальности») имеет определённые масштаб и форму представления (единицы, типы) в зависимости от структурного уровня поля:

1) На прикладном уровне – эмпирические факты и частные случаи (флуктуации, мутации), а также их искажённые, по Е.П.Прохорову, формы: «фактики» (мелкие, недостойные внимания факты, затемняющие либо мистифицирующие сущность явления) и «фактоиды» (попросту «пустые» факты с преувеличенным, ничем не подтверждённым содержанием; ложные факты). Стоит отметить, что мы ориентируемся на определение факта, специально выведенное нами для журналистики ранее (в силу отсутствия такового в её теории): «факт есть совокупность проверяемых деталей» (Дмитровский 2014).

2) На эмпирическом – явления и феномены, научные факты и эмпирические закономерности, отражаемые в «феноменологических концепциях». Суть метода «в изучении *индивидуальных объектов* из всех трех областей получения эмпирических данных (*личное наблюдение; опрос участников; анализ документов*; – А.Д.), в ходе которого происходит *феноменологический* (греч. *phainomenon* – особое и необычное явление) анализ этих конкретных «социальных объектов». <...> Феноменологический анализ – это своего рода *case study*, исследование случая, отдельного явления, состояния, поступка, мотива. Характерность явления и, соответственно, мера научной значимости проявится позднее, в ходе исследования» (Прохоров, 2005: 107). При этом концепция понимается учёным как «системное представление о сущности предмета изучения, объединённое единым замыслом и, желательно, дающее полную его характеристику» (Прохоров, 2005: 158).

Таким образом, суть «феноменологических концепций» исследований журналистики, зачастую сводится к дискурсивной практике поддержания культурно-символических и смысловых кодов

«своего» исследовательско-тематического поля. Эта ситуация, по всей видимости, во многом и порождает три подводных камня, о которые разбивается любая попытка построения общей теории журналистики: методологическую автаркию, терминологический хаос и «эмпирический априоризм» (вынужденный «дурной круг» эмпирико-прагматической направленности массива исследований).

3) На частнотеоретическом уровне единицами знания выступают проблемы, теоретические исходные (базовые) понятия, теоретические (идеальные) объекты, принципы и законы, частные (дисциплинарные) научные теории. Идеальный объект в науке – это сущность (реальная или абстрактная, естественная или сконструированная), находящаяся вне сознания учёных и являющаяся предметом их исследования; в социогуманитарном знании – идеальный тип, идеальная модель исследуемого «предмета» социальной реальности, соединяющая в себе когнитивные и ценностные содержания об объекте исследования (Лебедев, 2008: 219,368).

4) На парадигмальном – научные теории как логические доказательные системы, эмпирическая или семантическая интерпретация теорий, выведенные с её помощью эмпирические проверяемые следствия теорий, общенаучные понятия и принципы.

5) На мировоззренческом – философские основания и категории, относящиеся к конкретным фундаментальным теориям, философская и общенаучная, а также общекультурная интерпретация отдельных теоретических понятий и принципов.

6) На концептуальном – анализ идеалов и абсолютов (абсолютных ценностей), лежащих в основе «концепции человека» как источника обусловленности любых интерпретаций реальности (мысленных конструкторов социальности).

II. Дискурсивный анализ также подтвердил, что набор научно-методологического инструментария учёного (способы интерпретации реальности) точно соответствуют уровневой структуре Н-МП, это:

- 1) прикладные методики и процедуры
  - 2) эмпирика – конкретный метод
  - 3) теория – подходы и методологии (частные теории)
- и далее:
- 4) метатеории и парадигмы
  - 5) философские категории и основания
  - 6) идеалы и Абсолюты (концепции человека)

III. Возникло также терминологическое уточнение. В начале исследования в качестве характеристики ядра Н-МП использовался термин Е.П.Прохорова «научная парадигма исследователя». Однако практика его использования в теории, как и в учебной деятельности («Методология и методика медиаисследований»), выявила недостаток – плохую запоминаемость: словосочетание «научная парадигма» давно

и крепко связано с терминологической практикой более высокого порядка. В процессе совместного обсуждения была предложена категория «персональной исследовательской парадигмы» (ПИП), которая, с одной стороны, сохраняет в категории базовое значение термина «парадигма», а с другой, даже при усечении в процессе речевой практики части словосочетания, сохраняет «индивидуальный» смысл методологического конструкта.

### **Выводы**

Анализируя результаты III Международной научно-практической конференции «Современные направления в лингвистике и преподавании языков» (Пенза, ПГУ, 24-27 апреля 2019 г.), Т.В.Дубровская и Е.А.Кожемякин констатировали весьма актуальную сегодня негативную тенденцию (характерную для всей науки в целом, но особенно острую, отметим, – для теории журналистики): «В современных работах по лингвистике и лингводидактике обращает на себя внимание тот факт, что методология исследования зачастую не только не получает должного описания, обоснования и представления в научном тексте, но и часто не соответствует обозначенным целям, задачам и предмету исследования. Такое легковесное отношение к методологической стороне научного поиска приводит к ненадежности и недостоверности полученных результатов» (Дубровская, Кожемякин, 2019: 45). Конференция и была призвана коллегиально рассмотреть наиболее острые проблемы методологии научных исследований по достаточно широкому спектру научной проблематики, в частности: Каковы критерии, определяющие корректность методологической базы? Как сохранить четкость и однозначность аналитических категорий? Какие факторы определяют методологическую состоятельность научного поиска? Как междисциплинарность меняет принципы научного исследования?

Проблема метода – вечна в науке. Несмотря на то, что мир очевидно един – и потому принципиально познаваем, наше знание о нём всегда будет относительным: хотя бы в силу ограниченной способности человеческого мозга и разума (впрочем, это тоже «относительная аксиома»). Поэтому вечное стремление (приближение) познания к абсолютной истине будет неуклонно требовать методологического перевооружения, выработки всё новых философских оснований, научных парадигм и соответствующих методов исследований.

Предложенная выше категория научно-методологического поля (Н-МП) относится к инструментальной разновидности дискурс-анализа, понимаемого как анализ конкретного дискурсивного поля (дискурсивной практики, дискурса), в нашем случае – научно-



методологического инструментария медиаисследователя – с помощью сознательно и системно конструируемой исследователем персональной исследовательской парадигмы.

В этом смысле Н-МП, как показывает опыт её «чернового» пока практического применения, может выступать понятийно-категориальной матрицей для «сборки» («дизайна») собственной методологической парадигмы не только для анализа научно-методологического дискурса журналистики (как в нашем задании), но и любой другой культурно-социальной проблематики. При этом её сильными сторонами является чёткая структурно-субординационная стройность и возможность выстраивания мультипарадигмальных («мультимодальных» – Е.А.Кожемякин (Кожемякин, 2019) подходов и парадигм.

Главное, что от субъективных интенций и «метода перебора вариантов», матрица методов (учитывая всё её несовершенство) позволяет перейти к сознательному установлению и формулированию внутренних взаимосвязей между ключевыми звеньями персональной исследовательской парадигмы: установочно-предпосылочных, предметно-познавательных и процедурных (Дубровская, 2019).

### **Примечания:**

1. «Вульгарный экономизм», «либеральный волюнтаризм», «наша профессия – новости» и др.

### **Список литературы:**

- Боуш Г.Д.* Методология научного исследования (в кандидатских и докторских диссертациях): учебник / Г.Д. Боуш, В.И. Разумов. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 227 с. – (Высшее образование: Аспирантура)
- Вартанова Е.Л.* Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. Журналистика. – 2015. – № 6. – С. 5-26.
- Грамиш А.* Тюремные тетради. – М.: Изд-во иностр. лит., 1959. – (Избранные произведения : В 3 т: Пер. с итал; Т.3). – 565 с.
- Дебре Р.* Введение в медиологию / пер. с франц. Б. М. Скуратова. – М.: Праксис, 2010. – 368 с.
- Дмитровский А.Л.* МЕТОДИКА МЕДИАИССЛЕДОВАНИЯ: Учебно-методическое пособие. – Изд. 3-е, испр. и доп. – Орёл: ИПФ «Картуш», 2018.
- Дмитровский А.Л.* Мотивация и развитие личности журналиста // Учёные записки Орловского государственного университета. Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – № 1 (39). – С. 170-176.
- Дмитровский А.Л.* О систематизации определений слова «журналистика» // Проблемы массовой коммуникации. Материалы междунар. науч.-практ. конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью 14-16 мая 2020 г. Ч. 1. / Под общ. ред. проф. В. В. Тулупова. – Воронеж: ф-тет журналистики ВГУ, 2020. – С. 20-23.
- Дмитровский А.Л.* Проблема факта в медиатексте // Ученые записки

- Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – № 1 (57). – С. 203-213.
- Дмитровский А.Л.* Объект и предмет общей теории журналистики // Современный дискурс-анализ. – 2018. – № 3-1 (20). – С. 16-22.
- Дубровская Т.В.* «А был ли метод?»: о принципах и категориях современного дискурс-анализа // Современные направления в лингвистике и преподавании языков: проблема метода : сб. науч. ст. по материалам III Междунар. науч.-практ. конф. : в 2 т. Т.1. Методы в лингвистике / под общ. ред. Т.В. Дубровской. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2019. – С. 9-15.
- Дубровская Т.В., Кожемякин Е.А.* О методах современной лингвистики и лингводидактики // Современный дискурс-анализ. № 1(22). – 2019. – С. 45-57.
- Загидуллина М.В.* Теория журналистики: к вопросу об индигенизации отечественных медиа-исследований // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2015. – № 1 (15). – С. 64-73.
- Иващенко Г.В., Науменко Т.В.* Философские проблемы теории журналистики как область исследований // CREDO NEW: электрон. теоретический журнал. URL: <http://credonew.ru/content/view/142/51/>
- Ильин В.* Потребление как дискурс // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2007. – Том X, Специальный выпуск. – С. 3-26.
- Кожемякин Е.А.* Мультиmodalный медиадискурс: методологические вызовы // Современные направления в лингвистике и преподавании языков: проблема метода : сб. науч. ст. по материалам III Междунар. науч.-практ. конф. : в 2 т. Т.1. Методы в лингвистике / под общ. ред. Т.В. Дубровской. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2019. – С. 19-24.
- Лебедев С.А.* Философия науки: краткая энциклопедия (основные направления, концепции, категории). Научное издание / С.А.Лебедев. – М.: Академический проект, 2008. – 692 с. – (Gaudeamus).
- Маврина И.А.* Эволюция предмета, цели и задач социальной работы / И.А. Маврина, В.И. Разумов // Социальная педагогика и социальная работа в Сибири. – 2008. – №1. – С.29-38
- Поршнев Б.Ф.* О начале человеческой истории (проблемы палеопсихологии). – 2-е изд. – М.: Академический проект, 2017. – 542 с.
- Прохоров Е.П.* Исследуя журналистику. – М.: РИП-Холдинг, 2005. – 202 с. – (Практическая журналистика).
- Светлов В.А.* Современная логика: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2006. – 400 с.
- Соколов А.В.* Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с.

---

*Дмитровский Андрей Леонидович* – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и связей с общественностью Орловского государственного университета имени И.С. Тургенева, (г. Орёл), [dmitrovskiyal@ya.ru](mailto:dmitrovskiyal@ya.ru)

Zora HUDÍKOVÁ

Hana PRAVDOVÁ

## CURRENT TRENDS IN JOURNALISTIC PRACTICE

*Intensive technological and socio-political developments have conditioned fundamental changes in journalistic practice and the work of journalists and media professionals. Internetization and digitalization contributed most significantly to this. They unified the media communication space and opened the way for multimedialization and hybridization. Today, both types of media - classic and Internet - use similar types of genres and formats. In the article, the authors name the main characteristics of current journalistic practice, expectations for journalistic competencies and formulate the requirements necessary for their preparation.*

Key words: *digitalization, internetization, multimedia, hybridization, journalism*

### Introduction

The media has changed a lot since the last century. There are several reasons. The first is intensive technological development in all areas of life. It brings new devices and software, changing, facilitating and accelerating the creation processes as well as various types of activities and methods of media communication. S. Gálik states that the information society can be defined in the context of the rapid development of information and communication technologies at the turn of the 80s and 90s of the 20<sup>th</sup> century. At that time, personal computers and then the Internet began to spread. In the mid-1990s, in the European Union and the United States, the terms such as “information society” and “knowledge society” became key concepts associated with economic and social development strategies. They were implemented in the political and economic programs of both the European Union and the United States. (Gálik 2014: 9) (See also: Chatfield 2013) The second reason is the process of globalization. On the one hand, it brings about a certain unification, which results in easier decoding of the presented messages. On the other hand, in response to its influence, the emphasis on regional and local culture in all areas of media presentation is increasing. E. Mistrík also states that “globalization accelerates the modernization of technology and the civilization in Europe”. He adds that “two tendencies can be observed in current cultural processes in Europe: the acceptance of common values and the emergence of new values not accepted by the majority. It is possible to observe the internal globalization of European culture, as well as its internal differentiation” (Mistrík 2003: 3) The third reason is the change of political conditions and social atmosphere, democratization of society, but also the sharpening of the struggle between the coalition and the opposition, manifested by changing the behavior and communication of political leaders, but also by the society as a whole. All these reasons have a significant impact on media production, media content, but also on the management of work in the editorial offices of various media and the editing system. In the study, the

authors name the key trends in journalistic practice under the influence of all these factors. They are based on multi-year analyses of the content and pages of professional print, radio, television, online and web media, as well as on the authors' own experience in creating the media content in various types of media.

### **1 Trends in current journalistic practice**

A characteristic attribute of contemporary media communication is a transformation of the media, either in their digital form or a combination of communication over the Internet and over traditional media. This brings an opportunity for the emergence of new journalistic formats, based on the interconnection of various forms of media communication (e.g. internet texts are connected via hyperlinks or conjunct with video comments, part of television or radio broadcasting is communication with recipients via email and social networks). J. Jiráček emphasizes that journalism is connected with the development of society and public communication. In this context it is a phenomenon connected with the modernization process and with the establishment of modern societies and their political life. At the same time, it is directly dependent on the technological possibilities of communication. (Jiráček 2008: 331) Based on these factors, we can talk about several important trends and characteristics of current journalistic practice.

**Multimedia environment.** At the end of the 20th and in the 21st century, the expansion of the Internet and digitalization had a most significant impact on the journalism. Due to that, the media environment has become multimedia. There was an absolute connection between the classic media and the Internet space on two levels. The content of classic media is easily spread over the Internet (it has become a relevant broadcast channel) - through the websites of individual media, through the Internet connection on computers or mobile phones you can read current articles of specific newspapers or magazines, listen to radio broadcasts or watch TV broadcasts online. The content of classic media is also available – offline. The recipient has available articles that were published in the past. The recipient can listen to or watch the sessions of the production by the given medium from previous days or even years. This content can be found in the archive of specific media. It is again available via the Internet, also on several Internet platforms, e.g. on Youtube or other websites. In the Internet environment, there are also sites of new media (online media or web portals) that present multimedia content or custom formats inspired by traditional media (reports, programme or sound recordings called podcasts), but not limited by time or the program structure.

**Availability.** On behalf of digitalization and broader internet connection, the availability of media and media products has also increased. After their intensive expansion and increase in economic availability, many new media began the production. Their content is being distributed, by cable

or satellite. The opportunity to broadcast a larger number of programs on one frequency also brought space for expanding the program offer of the radio and television stations. The Internet and the possibility of receiving it at almost any place and in any information and communication device (computer, tablet, mobile phone) have meant that the media product is already available to the recipient almost everywhere and at any time.

***Multiformat of media production.*** Internetization has caused all formats of classic and new media to appear together in this unlimited space. Those who do not present themselves on the Internet today have a significant handicap compared to other media. Text, photo, infographics, video, audio / podcast, hyperlink, are part of every media website or online portal. Each classic medium has also its own website, which is not only a broadcasting space, there is an archive of the stories and other reportage, but there is also a special web content - many basic topics / programs are developed or supplemented. For example, radio or television websites contain their abbreviated versions or original formats. These are supplemented by bonus recordings from the creation of the program (aftermovie), or interviews with creators in text, audio-visual and auditory form. Of course, the original formats of classical media are also produced- printed versions of newspapers, magazines, and full broadcast for radio or television. On the other side, online news portals publish news and journalistic texts, special online articles, photographs, but also videos, or even entire discussion, entertainment and educational programs, have their own television and podcast section. Especially nowadays, an increasing number of podcasts are being published, i.e. audio recordings that can be downloaded into a mobile phone, tablet or PC. Media content, notice and reactions to it, are presented through social networks (old and new ones). H. Pravdová, J. Radošinská and J. Višňovský also emphasize that "multiplatform journalism has gained enormous popularity in a relatively short time due to its ability to convey complex information through text, sound and image" (Pravdová, Radošinská, Višňovský, 2017: 6). (See also: Osvaldová, Tejkalová 2010, Manovich 2001). The media are placing particular emphasis on captivating the attention of the recipient, trying to provoke a response and interaction with the audience. A medium that does not have at least two platforms is becoming uninteresting for recipients as well as for advertisers. It is also true, parodying the well-known statement – "The one who does not use the Internet and social networks today, is as if he did not even exist in the media world."

***Multimedia content.*** Current contributions of the Internet environment are characterized by forms of multimedia. This means that we find classic text information in it. In addition, they contain photos and video links to related articles. Thus like television, a multimedia contribution reaches both senses - sight and hearing through various journalistic formats. However, the advantage of production in the Internet environment is

immediate and with permanent availability, and accessibility from various devices with the possibility of extensive and unlimited selectivity. At the same time, by using various forms of journalistic expressions, it brings creativity to journalistic work, and thus builds specific multiplatform genres. Different media use different ratios of specific elements, which is related to the media strategy towards recipients and competitors (media characteristics and its competitiveness strategy), accessibility of information sources (e.g. several agencies also supply video and audio recording to textual information). Technical and technological equipment of the editorial office (somewhere they have their own photographers and video reporters, the editors have to manage it themselves). The creators can control the multimedia in terms of implementation (conceptual - how to optimally use individual elements to build the media product, and technical - mastering work with technology and software). (See also Švecová 2017, Ondrášik in Tušer 2010, Bednář 2011)

**Genre hybridization.** Genre hybridization is related to multimedia. When evaluating journalistic genre types, we can state a large degree of stability in the procedures of depicting objective reality, as well as in the selection of linguistic and stylistic means. In the news and journalistic genres, or artistic genres in classical media, we can identify their compositional structures, language and style in specific stereotypical schemes. These changed with the development of the medium itself, as well as with the influence of other conditions. These are for example as the type and typological characteristics of the media, preference for topics from an editorial or social point of view, editorial roles within editing, the degree of popularity of the media in a certain development stage of the media and mental settings of the socio-cultural environment. The new era of journalism is influenced by the beginning and establishment of the so-called online journalism, which continued the tradition of creating in the classical media. However, during more than twenty years of development, it has also found its own ways of interpreting the depicted reality, using the possibilities of multimedia, unlimited and fast availability of the online environment, and the associated perspective of immediate interaction. The creator/Journalist can take these factors into account and can use them intensively. It follows that there are several positives and comparative advantages of online journalism over journalism in the classical media. At the same time, we can state that even in online journalism, certain stable schemes and structures of depicting reality have already been established. These are based on genres and programs of classic media, but make full use of the possibilities of the Internet environment.

**Complexity and broad of spectrum (links).** The variability of the display method is complemented by the variability of the topic menu. The Internet environment allows the author to incorporate into the content also articles or explanations that were created in other terms (usually not very

old), they supplement explain and enrich the basic topic. Such processes are offering the view of the topic from other angles. At the same time, however, it does not expand too much the basic scope of the contribution, and thus does not burden the perception of the recipient. It's up to him whether and when to look at related articles or links.

**Interaction.** The Internet environment has brought a new dimension to media communication - very fast, often instant feedback. While in the 20th century, the recipient had to write a letter that reached the addressee (management, creator), several days to weeks passed. Today, the recipient can express himself immediately, either while watching the program or after reading the paper. E.g. Online portals or websites have a space for discussion, programme of electronic media can be viewed via social networks and recipients can express their opinions through comments. The possibility of direct online interaction in real time creates space for the emergence of new formats that actively use it (in the form of response to the product - feedback on the product during its presentation or just after the end), content formation (SMS voting), involvement in sessions, e.g. in the form of questions for guests via email or Facebook).

**Attractiveness instead of quality.** Many of diverse media and online media even update its processing. Yet, there is still competition who will bring information first, which medium will be mentioned as a source for a given topic. There is too much information in the media space. The recipient expects that the creator chooses the most important information and process the facts into an interesting and easy-to-understand form. Z. Hudíková, H. Pravdová and A. Gažicová also emphasize that “the reduction in the fight for the recipient, it tries to provide him with the most comprehensive package of information that the media obtained and prepared for the audience. It is not the form that matters, but the attractive content, which is diverse and brings not only bare facts, but also respondents' statements, analyses and interesting facts” (Hudíková, Pravdová, Gažicová 2020: 122-123). Today, the media have two functions - informing and entertaining. If the media fulfil them and manage to keep their attractiveness to the recipient, then they will ensure their popularity and the benefit of advertising funds. Under the influence of the above factors, there is also a change in the content and method of processing due to the wider differentiation of groups of media recipients and their different media experience. On the one hand, the media try to personalize their products according to the needs and expectations of their target audience. On the other hand, we can observe a certain levelling of the offer, because if an attractive topic or format appears, we will gradually find them in the offer of all similar media, as well as a reduction in the quality of individual content.

**Simplicity of expression.** A dynamic lifestyle, the need to quickly understand offered information and contents make media production easier in its structure and formulations. It is also due the change in the way we

communicate under the influence of new technologies. It is natural for the young generation to express themselves briefly and simply, they are taught the SMS language and journalism transfers this language into its work. Another reason is so called laziness of the recipient (some people do not want to devote a lot of energy and time to understanding the information, they are used to simplicity - a perceptual stereotype). Another reason is that the products are presented e.g. via social networks or various mobile applications. With such perceiving, the brain gets tired faster, attention decreases rapidly, and understanding is less accurate.

***Lay or novice journalism.*** The recipient is accustomed to being constantly contacted by the media and encouraged to take action. And he himself is interested in actively participating in the creation of journalistic formats, which is made possible by the Internet space and the media themselves. The media have created various applications through which they collect tips for reports, photos and videos that become directly part of their media products. Recipients can also present themselves in the form of authorial work - blogs.

***Multifunction of the editor.*** Production of this rich and diverse media content requires journalists to handle various forms of production. E.g. to be able not only to write the text, but also to create interesting photographs, or a short auditory or audiovisual recording for the story. If they are creating a video or programme, they should be able to write an engaging text for it, or be able to shorten it to the most interesting passages. J. Višňovský emphasizes that "the real challenge for journalism in the second decade of the new millennium is to develop side by side with the latest media technology while maintaining the highest standards linked to the quality of information processing" (Višňovský In Pravdová, Radošinská, Višňovský, 2017: 174). Lately, it has become increasingly important that the content can be processed entirely, or parts of it or trailers for it, for classic and new social networks - Facebook, Twitter or Instagram and more. The journalist is expected to be able to do these activities in terms of concept and realisation - create of content and use technology. Such multimedia skills the journalist needs more when working in regional and local media.

### **Conclusion**

The media environment is very lively and dynamic. On behalf of intensive technological development and the emergence of new communication possibilities, there are also an adaptation of journalistic genres, the emergence of hybrid and new formats that journalists must learn to create. The socio-political environment needs to be monitored as well and various topics interpreted in the new contexts. The audience of the media is very differentiated, strongly individualistic and demanding on convey content in an attractive form. The influence of all these factors has caused the journalist's way of working changed significantly compared to the last



century. Even today, main task of journalist is to inform about current social phenomena and socio-political situation. To orient the recipient in the different situations, through journalistic expressions, which journalists can create thanks to personal preconditions and education (formal and informal). To cope with all the new conditions, a new style of journalism is needed. Using the modern technologies and knowledge of changes in psychological perception of media information which are prepared in new form. This is why the quality education of journalists during their university studies or in the editorial office is also very important. It must be focused on the ability to quick, critical, creative and quality processment of all the information into classical and multimedia form. The higher education process itself consists of teaching subjects dealing with theory and subjects developing various skills. Theory forms an important basis for the deliberate creation and placement of content in contexts, practical subjects are essential for the ability to create quickly. The optimal composition of subjects prepares the students in their fundamentals. At university, the education time is limited. The school often offers several of other activities to develop their professional skills in different types of media production. Many schools have a close relationship with practice through the media. They address various practitioners, invite them to classes, organize various discussions, workshops and courses. students can see what awaits them in the media, or they can practice partial skills during the workshops. Only thanks to continuous lifelong learning and the expansion of knowledge and skills, journalists can meet the demands of modern mass media communication.

### **Bibliography:**

- Bednář, V.* Internetová publicisika. Praha: Grada, 2011.
- Chatfield, T.* Digitálny vek. 50 myšlienok, ktoré by ste mali poznať. Bratislava: Slovart, 2013.
- Gálik, S.* K niektorým rizikám vedomostnej spoločnosti. pp. 6-12 in Rankov, P. (ed.): Informačné kompetencie pre znalostnú spoločnosť. Bratislava: STIMUL, 2014.
- Hudíková, Z., Pravidová, H., Gažicová, A.* The Pragmatism of Hybridisation Logic of Television News in Slovakia. *Communication Today*, 2020, Vol. 11, No. 1, pp. 90-123.
- Manovich, L.* The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2001.
- Mistrík, E.* Kultúrna globalizácia Európy a súčasná civilizačno-kultúrna situácia na Slovensku In Goňcová, M.: *Demokracie a Evropa v době globalizace*. Brno: MU, 2003.
- Ondrášik, B.* Internetová tvorba (online). In Tušer, A. a kol.: *Praktikum mediálnej tvorby*. Bratislava: Bratislavská vysoká škola práva 2010. pp. 305-342.
- Osvaldová, B., Tejkalová, A.* Žurnalistika v informační společnosti. Digitalizace a internetizace žurnalistiky. Praha: Karolinum, 2010.
- Pravidová, H., Radošinská, J., Višňovský, J.* Koncepty a praktiky multiplatformovej žurnalistiky. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2017.
- Švecová, M.* Webová žurnalistika. Trnava: FMK UCM, (CD), 2017.
- Višňovský, J.* Paralely digitálneho novinárstva a jeho rozmach v kontexte rozvoja informačných a komunikačných technológií. 137-198 s. In Pravidová, H.,

Radošinská, J., Višňovský, J.: Koncepty a praktiky multiplatformovej žurnalistiky. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2017.

---

*Hudíková Zora* – Assoc. Prof. PhDr., PhD., Head of Department of Artistic Communication, Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava (Trnava, Slovakia),

*Pravdová Hana* – Prof. PhDr. PhD., Head of Department of Linguistic Communication, Faculty of Mass Media Communication, University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava (Trnava, Slovakia).

Александр Александрович ТЕСЛЕВ

## ПОНИМАНИЕ «ЭПИСТЕМИЧЕСКОГО» В АКТУАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ МЕДИА

*В статье автор рассматривает концепт «эпистемическое». В частности, анализируется опыт понимания и применения данного термина в актуальных исследованиях медиа. Ключевая проблема статьи – как возможно понимание и интерпретация «эпистемического» в культуре цифровых и сетевых медиа. На основе данного анализа автор приходит к формулировке дефиниции «эпистемического» в указанном контексте.*

*Ключевые слова: эпистемическое, эпистемический объект, эпистемический субъект, эпистемическая система, эпистемическая культура, цифровые и сетевые медиа, медиаисследования.*

Aleksandr A. TESLEV

## UNDERSTANDING THE “EPISTEMIC” IN CURRENT MEDIA STUDIES

*In the article the author considers the concept of the 'epistemic'. In particular, the experience of understanding and using this term in current media studies is analyzed. Key problem of the article – how possible the understanding and interpretation of 'epistemic' in the culture of digital/network media. Based on this analysis, the author comes to the formulation of the definition of 'epistemic' in the specified context.*

*Key words: epistemic, epistemic object, epistemic subject, epistemic system, epistemic culture, digital/network media, media studies.*

**В** современных философских и социально-гуманитарных исследованиях медиа периодически встречаются синтетические термины, содержащие в качестве предиката концепт, отсылающий к эпистеме, к некоторому типу знания: «эпистемический субъект», «эпистемический объект», «эпистемическая вещь», «эпистемический порядок», «эпистемическое сообщество», «эпистемическая культура», «эпистемическая система», «эпистемический интерфейс». Попытаемся выяснить, что имеется в виду, когда речь идет о понятии эпистемического в обозначенном контексте. Как возможна интеллектуальная практика понимания и интерпретации эпистемического в культуре цифровых и сетевых медиа – ключевая проблема, которую мы должны разрешить здесь.

Прежде всего, необходимо уточнить, что «медиа» мы понимаем в широком смысле: как способ передачи информации, не сводимый только к средствам массовой информации (массмедиа). Массмедиа мы рассматриваем, с одной стороны, как один из этапов эволюции медиа, опираясь на концепцию Норберта Болъца: «История медиа насчитывает шесть эпох разной продолжительности: устная речь – письменность – книга – массмедиа – дигитализация – осетевление» (Болъц 2011: 3). С другой стороны, как относительно самостоятельный

и неотъемлемый компонент современной медийной культуры, включенный в цифровую и сетевую культуру медиа.

В актуальных условиях большее внимание следует уделить цифровым и сетевым средствам коммуникации (digital and network media), поскольку именно они являются базовым экономическим, социальным, культурным, информационным ресурсом. Вместе с тем, как нам представляется, медиа не обладает собственной реальностью, самостоятельным онтологическим статусом вне соотнесения с субъектами (разработчики, владельцы, пользователи, исследователи) в их взаимоотношениях. Сами по себе медиа (устройства и каналы связи) есть некое основание (субстрат) культуры цифровых и сетевых медиа. Субстанцией, или исходным моментом последней, является субъект, обладающий самосознанием, то есть человек как социальный агент, осознающий себя участником культурных, социальных и прочих практик, которые становятся возможными посредством информационно-коммуникационных ресурсов.

Таким образом, культура цифровых и сетевых медиа может быть определена как способ существования человека через технически опосредствованные коммуникативные практики, в рамках которых формируются, сохраняются, кодируются, декодируются, транслируются, интерпретируются и используются в практической деятельности социально значимые смыслы и ценности, артефакты и знания, традиции и обычаи, принципы и нормы.

Итак, чем обусловлено применение «эпистемического» при описании и осмыслении реальности, которую мы обозначили термином «культура цифровых и сетевых медиа»? Откуда берется и что означает эпистемический статус этой реальности?

Вначале следует обратиться к уже имеющемуся в современном научном дискурсе опыту использования рассматриваемого понятия.

Наиболее интересный опыт понимания и применения «эпистемического» в современных исследованиях медиа в рамках отечественной интеллектуальной традиции мы находим у Е.А. Лавренчука, Е.Н. Ивахненко, Е.А. Кожемякина и у ряда других авторов. Рассмотрим специфику трактовки термина «эпистемический объект» («эпистемическая вещь») в работах данных исследователей.

В частности, Е.А. Лавренчук использует термин «эпистемический объект» применительно к социальным сетям. В этом отношении автор замечает: «Мы определяем социальные сети как эпистемические объекты, или объекты знания, которые задают “из себя”, а не извне, новые уровни сложности и настройки вновь обретаемой функциональности» (Лавренчук 2010: 63). Реконструкция рассуждений Е.А. Лавренчука позволяет выявить некоторые признаки социальных сетей как эпистемических объектов.

Например, такие объекты в силу их сложности «невозможно

разложить на человеческие и технологические составляющие, которые стоят за всеми воспроизводимыми интернет-коммуникацией событиями» (Лавренчук 2010: 64). Таким образом, эпистемический объект можно назвать социо-технологическим и антропо-технологическим. И, исходя из положения о неразложимости социального и технологического в эпистемическом объекте, наблюдатель-пользователь и эксперт-исследователь являются не трансцендентными (посторонними) относительно социальной сети, а его неотъемлемыми, имманентными составляющими. Это уточнение имеет большое значение для дальнейшего рассуждения.

Еще одним свойством эпистемических объектов, как указывает Е.А. Лавренчук, «является их меняющийся, разворачивающийся характер, их незавершенность и нетождественность самим себе» (Лавренчук 2010: 64). В этой связи, как у данного автора, так и у других, применяется концепт «аутопойезиса», с его интерпретацией, восходящей к теории медиа Никласа Лумана. «Аутопойезис (от греч. Аутоϛ – сам, ποιησιϛ – создаю, производжу, творю) буквально означает само-строительство, само-производство или воссоздание себя через себя самого» (Ивахненко 2015). Исходя из этого, эпистемический объект есть аутопойетическая система, поскольку последней свойственно саморазвертывание и нетождественность самой себе.

Далее Е.А. Лавренчук замечает следующее: «Благодаря новым эпистемическим системам прочерчиваются контуры медиакоммуникаций, предоставляющих свободу в любых измерениях коммуникативного акта» (Лавренчук 2010: 68). Таким образом обозначается функциональное назначение рассматриваемого предмета: свобода коммуникации является необходимым основанием культуры цифровых и сетевых медиа, эпистемический объект (в частности, социальная сеть) способствует реализации свободы субъекта, вступающего в коммуникацию посредством соцсети.

На наш взгляд, существенным является следующее замечание автора в данном контексте: «Только все пользователи, их организация, исторически сложившиеся схемы медиакоммуникаций и технологические объекты могут являть собой единый конгломерат эпистемического объекта» (Лавренчук 2010: 64). То есть, следует понимать, что эпистемический объект – это не социальная сеть как таковая, но лишь весь комплекс приведенных компонентов (пользователи, сообщества пользователей, исторически сложившиеся схемы медиакоммуникации, технологические объекты) в их взаимодействии являют собой эпистемический объект. Возьмем на себя ответственность полагать, что данный перечень компонентов необходимо уточнить и расширить путем включения в него разработчиков, владельцев и исследователей социальных сетей и в целом новейших медиа.

Е.Н. Ивахненко приводит еще некоторые особенности эпистемических объектов, а именно: «способность к собственному росту; потреблять социальное; не прогнозируемо, спонтанно порождать новые его формы» (Ивахненко 2011: 230). Можно заметить в связи с перечисленными свойствами эпистемических объектов, что последние нуждаются в социальном, коль скоро способны его «потреблять» и, следовательно, не могут быть самостоятельными в отношении социального. Способность к росту рассматриваемых объектов возникает благодаря потреблению социального. Спонтанность и непредсказуемость образования новых форм социального, как мы полагаем, детерминируется интенсивностью и сложностью социальных процессов, протекающих в пространстве цифровых и сетевых медиа.

В статье Е.Н. Ивахненко «Аутопойезис “эпистемических вещей” как новый горизонт построения социальной теории» эпистемический объект трактуется как объект знания, «способного безостановочно разворачивать свою сущность, “взрываться” и “мутировать”» (Ивахненко 2015). При этом автор указывает на синонимичность терминов «эпистемический объект» и «эпистемическая вещь». Далее автор утверждает, что в рамках социальной сети как эпистемического объекта «коммуникация выстраивает саму себя через себя же, осуществляя тем самым аутопойезис (самостроительство)» (Ивахненко 2015). Наиболее важным уточнением, которое мы находим у Е.Н. Ивахненко, является следующее: «Объект приобретает эпистемический статус, когда изменяет свои свойства и подпитывает свою эволюцию из наблюдающей /исследующей ее науки и экспертного знания» (Ивахненко 2015). Таким образом, эпистемический объект конституируется эпистемическим субъектом, в роли которого может выступать как наблюдатель (пользователь), так и эксперт (исследователь) реальности медиа. Наблюдая и/или исследуя социальные сети (цифровые и сетевые медиа в целом), эпистемический субъект запускает аутопойезис эпистемического объекта, обуславливая тем самым его эпистемический статус.

Е.А. Кожемякин рассматривает эпистемический объект в его соотношении с эпистемической культурой. Последнюю автор трактует как «среду, в которой производится знание» (Кожемякин 2017: 31). Далее приводится уточнение, согласно которому «эпистемическая культура – это не только практики, исследователи, их инструментарий, это еще и вещи, объекты, другие люди, вовлеченные в процесс наблюдения. Это также и явные и скрытые отношения между ними» (Кожемякин 2017: 32). Такое положение даёт основание утверждать, что «эпистемическая культура», «эпистемический объект», «эпистемический субъект» и «эпистемическое» как таковое напрямую связаны с порождением знания в рамках культуры цифровых и сетевых

медиа. За счет данного эпистемического процесса (процесса порождения знания) происходит самовоспроизведение, саморазвитие этой самой культуры. Таким образом, знание (эпистема) в процессе его непрерывного порождения и воспроизведения является условием возможности культуры цифровых и сетевых медиа. В трактовке автора эпистемические объекты «не просто являются источником некоторого объективного знания о них самих, но обладают способностью меняться вследствие наращивания нашего знания о них. Знание о массмедиа меняет некоторые их свойства» (Кожемякин 2017: 28).

В философском контексте «эпистемический объект как метафора социальной сети употребляется для метафизического “одушевления” последней, превращая ее по сути в живой организм, потенции которого выходят далеко за пределы предзаданных свойств социотехнических систем, одной из которых и является Сеть» (Гримов 2012: 146).

Итак, опираясь на проведенный анализ опыта понимания эпистемического в современном философском и социально-гуманитарном научном дискурсе, приходим к следующему заключению: эпистемические объекты, эпистемические субъекты, эпистемические системы, эпистемическая культура – термины, которыми описывается актуальное состояние развития цифровых и сетевых медиа, они служат методологическим инструментарием, раскрывающим специфику существования и функционирования социальной и антропологической реальности, сопряженной с современными информационно-коммуникационными технологиями. Специфика эта выражена главным образом в порождении знания через эпистемические объекты. Сами знания порождаются эпистемическими субъектами (наблюдателями и экспертами). В свою очередь, это приводит к новому самопорождению, саморазвертыванию и самовоспроизведению эпистемических объектов. Таким образом, возникает система эпистемических объектов. В сочетании же эпистемических объектов и эпистемических субъектов формируется эпистемическая культура, или культура цифровых и сетевых медиа.

### **Список литературы:**

- Болыч Н.* Азбука медиа. М.: Европа, 2011. 136 с.
- Гримов О.А.* Социально-философские модели социальных сетей // Молодежь и XXI век – 2012. Материалы IV Международной молодежной научной конференции. Ответственный редактор: Горохов А.А. Курск, 2012. С. 144–147.
- Ивахненко Е.Н.* Аутопойезис «эпистемических вещей» как новый горизонт построения социальной теории // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2015. № 5 (148). / Электронный ресурс. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/autopoyezis-epistemicheskikh-veschey-kak-novyy-gorizont-postroeniya-sotsialnoy-teorii-1> (дата обращения: 01.08.2020).
- Ивахненко Е.Н.* Аутопойезис эпистемических объектов в современных обществах знания // Человек.Ru. 2011. № 7. С. 229–254.

*Кожмякин Е.А.* Массмедиа и медиаисследования: эпистемический объект vs. эпистемическая культура // Коммуникативное пространство культуры. Материалы Международной научной конференции в Орловском государственном институте культуры. Ответственные редакторы А.В. Овсянников, А.Г. Пастухов. Орел: , 2017. С. 27–35.

*Лавренчук Е.А.* Аутопойезис социальных сетей Интернет-коммуникаций // Лавренчук Егор Александрович. Аутопойезис социальных сетей интернет-коммуникаций // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2009. № 12. С. 48–56. / Электронный ресурс. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/autopoyezis-sotsialnyh-setey-internet-kommunikatsiy-1> (дата обращения: 04.08.2020).

*Лавренчук Е.А.* Социальные сети как эпистемические объекты // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2010. № 13 (56). С. 63–70. / Электронный ресурс. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-epistemicheskie-obekty-1> (дата обращения: 13.08.2020).

---

*Теслев Александр Александрович* – аспирант кафедры философии и теологии Белгородского государственного национального исследовательского университета (г. Белгород), [alexteslev@mail.ru](mailto:alexteslev@mail.ru)



Валерий Юрьевич МЕРИНОВ

## ИВАН ГРОЗНЫЙ КАК ЖЕРТВА: ДИСКУРСЫ ЛЕГИТИМАЦИИ НАСИЛИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ИСТОРИОСОФСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

*В статье рассмотрены отдельные аспекты дискурсов легитимации насилия в современной российской историософской публицистике. Отмечено, что историософская публицистика, будучи частью общественно-политического спектра публицистики, является не только носителем исторического знания. Исторический подход в значительной степени корректируется ценностно-политическими установками авторов. В российской истории есть несколько значимых и знаковых фигур, оценка которых важна для формирования исторического и политического типов памяти, национальной идентичности. Одной из таких личностей является царь Иван IV (Грозный). В российской публицистике т.н. «патриотического» направления, в частности в творчестве В. Аверьянова, развернута целая система дискурсов, легитимизирующих массовый террор и нормализующих репрессивные социальные практики. В данном контексте кратко рассмотрены два дискурса легитимации: гуманистический (попытки представить царя гуманным человеком) и жертвенный, в рамках которого Грозный описывается как жертва наветов и козней современников и потомков. Жертвенный дискурс включает в себя локальные дискурсы их дискредитации.*

*Ключевые слова: Иван Грозный, дискурс, современная российская публицистика, авторитаризм, дискурсы легитимации насилия.*

*Valery Yu. MERINOV*

## IVAN THE TERRIBLE AS A VICTIM: DISCOURSES OF THE LEGITIMATION OF VIOLENCE IN MODERN RUSSIAN HISTORIOSOPHICAL PUBLICISM

*The article examines certain aspects of the discourses of legitimizing violence in modern Russian historiographical journalism. It is noted that historiographical journalism, being part of the socio-political spectrum of journalism, is not only the carrier of historical knowledge. The historical approach is largely corrected by the value-political attitudes of the author. There are several significant and iconic figures in Russian history, the assessment of which is important for the formation of historical and political types of memory, national identity. One of such personalities is Tsar Ivan IV (the Terrible). In Russian journalism, the so-called, of the "patriotic" direction, in particular, in the work of V. Averyanov, a whole system of discourses has been developed that legitimizes mass terror and normalizes repressive social practices. In this context, two discourses of legitimation are briefly examined: humanistic (attempts to present the tsar as a humane person) and sacrificial, in which Grozny is described as a victim of slander and intrigues of contemporaries and descendants. Sacrificial discourse includes local discourses of discrediting them.*

*Key words: Ivan the Terrible, discours, contemporary Russian journalism, authoritarianism, discourses of legitimizing violence.*

*Жизнь тирана есть бедствие для человечества, но его История всегда полезна, для Государей и народов: вселять омерзение ко злу есть вселять любовь к добродетели... Могилы бесчувственны; но живые страшатся вечного проклятия в Истории, которая, не исправляя злодеев, предупреждает иногда злодейства, всегда возможные, ибо страсти дикие свирепствуют и в веки гражданского образования, веля уму безмолвствовать или рабским гласом оправдывать свои исступления.*

(Н.М. Карамзин. История государства Российского)

**В** отечественной историографии и общественно-политической публицистике отношение к роли и месту Ивана IV (Грозного) в истории России неоднозначно. Более того, как писал С.Б. Веселовский, «В нашей историографии нет, кажется, вопроса, который вызывал бы большие разногласия, чем личность царя Ивана Васильевича...» (Веселовский, 1963: 35). Действительно, яркая, колоритная фигура талантливейшего писателя, царя-реформатора и воина, его государственная деятельность (фактическое завершение дела своих предков – деда Ивана III и отца Василия III – создание централизованного государства; колонизация восточных земель), проводимая крайне жестокими, затратными методами, предоставляет уникальные возможности историкам и тем более публицистам исторического направления выделять те или иные особенности, согласуясь с собственной системой ценностей и политической картиной мира. Даже т.н. «сбалансированная» позиция, учитывающая «плохое и хорошее», также, по нашему мнению, является результатом ценностного выбора. Отчасти мы согласны с профессиональными историками, что нехорошо «... упрощать ту эпоху, лепить из нее лозунг, вымазывать одним белейшим белым или одним чернейшим черным» (Володихин, 2017). Однако есть в российской истории эпохи, значение которых выходит далеко за их пределы, эти эпохи получают в общественной мысли определения «знаковых», «определяющих», «судьбоносных». Здесь т.н. «объективный подход», включающий рассуждения в духе «да, имярек, конечно, убил энное количество людей, но зато построил сто заводов...», не то чтобы совсем не годен, но, на наш взгляд, показывает определенную свою ограниченность. Думается, нужно принимать во внимание то, что интеллигенция (в том числе научная) активно участвует в формировании исторической и политической памяти, а также национальной идентичности, что налагает большую ответственность за

расставляемые ценностные акценты и право выносить политические и нравственные уроки из прошлых эпох. Тем более это относится к общественно-политической публицистике исторического характера, в которой ценностная составляющая является определяющей, когда при осмыслении той или иной персоны на первое место выходит идеология, или, если хотите, политическая мифология. Исторические личности, оставшись в своём историческом прошлом, в мире, «где всё разъято, смешано, разбито // где вместо неба – лишь могильный холм», конечно, продолжают свое существование как некие зеркала, универсальные эмблемы, ценностные модели, сквозь которые уже современное общество всматривается в самое себя. Как писал Н.М. Карамзин: «сии ужасные метеоры, сии блудящие огни страстей необузданных озаряют для нас, в пространстве веков» (Карамзин <http>). И в этом случае четкая нравственная позиция, осуждающая, к примеру, деспотический политический режим и беззаконие власти, протягивающая, хоть и через века, руку поддержки его беззащитным, истерзанным жертвам, является вовсе не «интеллектуальным преступлением» (Володихин, 2017), а демонстрацией применения к предмету исследования современных критериев, основанных на четком гуманистическом и правовом фундаменте. Ущерба исторической памяти в этом случае не будет никакого.

Определенно, на позиции авторов не в последнюю очередь влияет нравственно-политический климат эпохи, в которой они «живут и умирают» и выносят свои вердикты. Так, во времена, как сказал бы М.А. Булгаков, «вегетарианские», хоть и относительного, но политического благодушия и даже либерализма, когда наступает общее смягчение нравов, повышается цена человеческой жизни, в Иване Грозном, несмотря на определенные государственные достижения, в первую очередь подмечаются вполне себе людоедские наклонности и кровожадность; для историков и публицистов становится «важнее отрицательное значение этого царствования» (Ключевский 1989: 106). Так, в XIX столетии выдающиеся русские историки отмечали черты характера царя, сформированные «борьбой» за свои привилегии, попираемые в детстве, и ставшие, в общей атмосфере презрения к человеческому достоинству и самой жизни, неким пунктом, точкой болезненной патологической сосредоточенности, концентрации на собственной власти и, одновременно, на «бесправии врагов» (Соловьев 1989: 414). Когда весь процесс образования (чтение, поиск нужного, запоминание) будущего властителя проходит только с одной целью – найти и оправдать собственную претензию на власть абсолютную, царскую, в религиозном «библейском смысле, как помазанника божия» (Ключевский 1989: 104), то есть фигуру, равную своими полномочиями грозному ветхозаветному богу. Поэтому злопамятную, «себялюбивую,

мнительную» личность царя предлагалось рассматривать как объект «психиатрических» практик исследования (Ключевский 1989: 106). Н.М. Карамзин, которого, вместе с А.М. Курбским, можно считать автором концепции «двух Иванов» (времен т.н. «Избранной рады» и опричнины), определил результаты царствования грозного царя как сопоставимые с величайшим бедствием в истории России: «Между иными тяжкими опытами Судьбы, сверх бедствий Удельной системы, сверх ига Моголов, Россия должна была испытать и грозу самодержца-мучителя... .. если иго Батыево унизило дух Россиян, то без сомнения не возвысило его и царствование Иоанново», и на этом основании «оправдан быть не может» (Карамзин, [http](#)).

Другие времена, другие нравы. В эпохи нарастания или полной победы авторитарных политических тенденций в нашем отечестве, пыльный, в иссохшей крови своих жертв, царский кафтан вытаскивается из чулана истории, отряхивается и выставляется как бесценная реликвия для поклонения любителей тирании всех мастей. Классический тому пример – восстановление «доброго имени» августейшего палача во времена правления его криминального двойника И. Сталина. Тогда давно развенчанный Грозный предстал как «нерешительный», слишком много кающийся и молящийся, допускающий ошибки («... не дорезал пять крупных феодальных семейств. Если он эти пять боярских семейств уничтожил бы, то вообще не было бы Смутного времени»), но тем не менее «великий и мудрый правитель...», что «... стоял на национальной точке зрения и иностранцев в свою страну не пускал, ограждая страну от проникновения иностранного влияния» (Сталин, [http](#)).

Наша современность предоставила Грозному еще один шанс триумфально вернуться на подмостки исторической сцены, так как «"Нулевые" и особенно 2010-х гг. принесли в общественную мысль России явственный поворот к государственничеству и патриотизму» (Володихин 2017). Личность и государственная деятельность Ивана Грозного вновь стали объектом пристального анализа и оценок профессиональных историков, а также видных публицистов, пишущих в том числе на исторические темы (А.И. Фурсов, В. Аверьянов и др.). Более того, сегодня последний царь из рода Рюриковичей становится важной, если не ключевой, фигурой в конструировании политической памяти, выстраивании национальной идентичности. В историософских рассуждениях грозный царь получает свое «законное» место не только в прошлом, но в настоящем и будущем России. А в текстах складывается вполне законченный портрет исторического деятеля и человека.

Фигура Грозного становится важным источником авторитарного дискурса, основными задачами которого являются легитимация авторитарно-деспотической политической власти, нормализация и рационализация репрессивных социальных практик и социального

неравенства. Он используется как инструмент «снятия» нравственных, правовых и политических вопросов, неизбежно возникающих при изучении деятельности Грозного.

### Дискурс гуманности

Один из элементов этой стратегии – представить Грозного едва ли не гуманистом. Задача, надо сказать, не из легких. Один из приемов, который мы условно назвали приемом «остранения», состоит в поиске надежных очевидцев человечности царя. Так, в свидетели берутся лица, если можно так выразиться, «незаинтересованные». Лучше всего на эту роль подходят современники-иностранцы. Иностранец в подобных текстах фигура знаковая. В какой-то степени с ним связан эффект «остранения», описанный В.Б. Шкловским как литературный прием введения в текст независимого наблюдателя. С другой стороны, самим фактом рождения на Западе ему предназначено быть «руссофобом», «клеветником» и «ненавистником России». По этим причинам его слова одобрения «гуманности» человека, создавшего «альтернативную Западу цивилизацию», приобретают дополнительный вес, получают качества истинности: «По свидетельствам иностранцев, царь был «гуманным правителем» (купцы из Любека), «праведным судьей» называет его посол Липпомано в 1575 г., то есть уже во время так называемой «второй опричнины»» (здесь и далее цит. по: (Аверьянов 2014)).

«Гуманизм» Грозного становится очевиден в отношении «провинившихся» бояр и князей, когда царь «терпеливо ожидал исправления «крамольников». Бояре «... были прощены не один, а два или три раза, прежде чем их казнили... Большинство казненных опричниками бояр уже бывали прощены по тем или иным существенным обвинениям». При этом доказательств «вины» не приводится, также не рассматриваются вопросы установления истины, судебного разбирательства. То есть точка зрения автора целиком соответствует стороне, устанавливающей вину (предварительное следствие), выносящей приговор (суд) и исполняющей его (система исполнения наказаний). Добавляется риторика вынужденности мер, сложности и «неоднозначности» ситуации («картина далека от однозначности») переключающая внимание от фактов убийства к мотивам действий Грозного.

Другой прием – оживление личности путем придания ей объемности. На фоне плоских, стертых, однообразных фигур своих соратников, противников и жертв, выписанных бегло, лишь одной краской, проходящих по своей эпохе как тени, личность Грозного получается разнообразной, яркой, неожиданной, объемной. Он не только политический деятель, воин, но и глубокая, восприимчивая, тонкая натура, способная страдать, метаться в поисках, каяться: «... он использовал свои знания как оружие в мистической войне, жил

полнокровной духовной жизнью, страдал, калялся, сокрушался о собственных грехах и грехах своих противников, искренне переживал за опальных и казнимых» (используется цитата из книги «Повседневная жизнь опричников Ивана Грозного» И. Курукина и А. Булычева). Другой историк «Юрганов рисует образ Иоанна как человека с напряженнейшим переживанием эсхатологии, ожидающим скорого конца света. Сами казни, по Юрганову, дифференцируются по тому, как судья оценивал грехи и пороки преступника». В данном случае известный историк А.Л. Юрганов, подобно иностранцам, играет роль «остраненного» свидетеля, более того, даже негативно настроенного по отношению к царю, автора, полагающего что царь взял «... в заложники своего мифа всю страну» и обладающего «слишком профаническим мировоззрением, далеким от аутентичного православия и комплекса представлений XVI века». В этом контексте позиция исследователя приобретает особый вес, потому как он вынужден признать некоторые качества, преодолевая собственную позицию.

Кроме того, большая «гуманность» Грозного проявляется на фоне преступлений его эпохи. В данном случае используется прием снятия ответственности за преступления путем сравнения с «более кровавыми» современниками. Среди таковых ищутся западные правители. Самым распространенным примером является Варфоломеевская ночь и кровавая фигура Карла IX. При таком сопоставлении, естественно, в пользу царя Ивана, нравственные вопросы должны, по-видимому, отпасть сами собою. Вывод таков: Грозный убивает намного меньше, чем западные короли – каков с него спрос? Тем более что, по мнению критиков русского самодержца, именно Запад является образцом для подражания. Между тем разница в подходах к преступным актам абсолютно диаметрально. В отношении, пожалуй, самого громкого преступления позднего Средневековья – очевидна. Во-первых, никому в голову не придет отрицать сам факт парижской резни, обвинять жертв в провокациях, отступничестве, антигосударственной деятельности и т.п., а во-вторых, ни один историк не станет оправдывать массовое убийство беззащитных людей великими замыслами правителя, государственными задачами и т.п.

### **Жертвенный дискурс**

Давно известно, что наиболее верный прием обелить палача – это представить его самого жертвой, объектом травли, заговоров, лживых инсинуаций и т.п. В случае с Грозным дискурс дискредитации распространяется на всех его противников без исключения. Первыми в этом ряду выступают прямые жертвы насилия и угроз, обвиненные во всех смертных грехах.

Передовая линия – дискредитация элиты (казненных князей и

бояр). Здесь выработано несколько стратегий. Первая, выражаясь языком К. Маркса, формационная. Согласно этой логике, князья и бояре являются едва ли не отжившим классом, ведь Грозный строит новое, самое перспективное и отвечающее внутренним национальным потребностям «опричное» или «служивое» государство, где все «равны» перед единым судьей. Лишние бугры намечаемого плоского политического ландшафта, с башней до небес посередине, должны выравняться. Именно по этой причине их уничтожение – не более чем ступень к созданию царства авторитарной утопии. Своеобразная классовая риторика обращена к читателю, исповедующему крайне радикальную левопопулистскую идеологию – построения государства без элитарных слоев, государства, где все равны перед вождем, ориентированного на времена Сталина. В русле этой же логики определяются и всероссийские Смуты (первый период) как времена ослабления центральной власти на фоне всевластия бояр-хищников, выстраивающих свой «олигархический» мир. В этом мире хорошо только им. Остальные, включая Грозного (в детстве), страдают, нищают, подвергаются унижениям и т.п.

Доказательством верности выбранного курса является упорное нежелание бояр подчиниться, раскаяться в содеянных преступлениях. Это вторая стратегия. Так, бояре объявляются «рецидивистами», оппозиционерами, действующими нелегальными, подлыми методами, «заговорщиками» («... оппозиция опричнине была скрытой, заговорщической по самой природе тогдашних государственных отношений»), упорствующими в грехе, не ценящими акты царской милости (ведь они «...были прощены не один, а два или три раза»), то есть добра не помнящими, нравственно неисправимыми.

Аморальность недругов Грозного определяется как абсолютная с обнаружением их связи с иноземными врагами Отечества («некоторые из бежавших или списывавшихся с Литвой»). Так поведение беглецов осмысливается в рамках дискурса предательства («государственной измены»), в котором ставкой является самое святое – целостность, свобода, вера и само существование Родины, а Грозный, таким образом, маркируется как её главный защитник, обладатель высоких нравственных качеств. В качестве причин, заставивших людей, принадлежавших к верхушке общества, бросить «отеческие гробы» и «родные пепелища», называются «идеологическое несогласие с курсом царя», нежелание «служить» и поступиться привилегиями, а отнюдь не массовые убийства, террор и политика запугивания.

В данном дискурсе лексема «бояре» предполагает «антигосударственное» наполнение (как социальный слой, ориентированный на частнособственнические интересы). Её современным инвариантом (вместе с другими линиями преемственности: правителей, предателей, писателей и т.д.) становится

лексема «квазибояре». Эта «партия» подается как враждебная и царю, и народу, и государству в целом. И сегодня она «не намерена» «сберечь и преумножить народ», в действительности она продолжает давнюю «Игру в нефеодалную олигархическую «удельность», то есть сговор частей и меньшинств против самой возможности предъявления целей целого, национальных интересов большинства», «бесконечную имитацию созидательного и производительного начала». Эта «партия агрессивных квазибояр тайно кровожадна» и ответственна за коррупцию и хаос. Вероятно, поэтому голос современных «квазибояр» хорошо слышен в хоре ненавистников России, критиков венценосного правителя. Его великий «замысел» - концепция «самодержавия как имперского центра в символическом и административном смысле», и идея «государственного служения сверху донизу» становится «источником ненависти и страха русофобов. Сегодня глухая и глумливая критика опричнины политически весьма актуальна». Именно «олигархо-бюрократическая верхушка» пытается инкриминировать царю-гуманисту и народолюбцу «политический экстремизм». «Главный смысл критики и царя, и опричнины» высокопоставленных «крамольников» — «не допустить такой власти, которая бы решительно пресекала крамолу в элите. Более того, заклеив террор Грозного и его опричнину, связав его с террором Сталина в некотором клише «злодея на троне», им важно не допустить даже самой мысли о такой власти. Блокируя развитие, загноившаяся система стремится заблокировать и сами воспоминания о хирургических решениях, способных положить ей конец».

Одним из главных объектов моральной дискредитации выступает А.М. Курбский. Конечно, князь Андрей отнюдь не являл собой венец добродетелей, он совершал множество прискорбных поступков, достойных осуждения, впрочем, свойственных тому времени. Однако критика деспотии Грозного стоит особняком в его биографии и традиционно расценивается историками как гражданское деяние высокой пробы. Между тем, именно Курбский вызывает особое внимание т.н. «патриотической» публицистики. Дискредитация проходит по стандартной схеме: критик Грозного развенчивается как связанный с Западом (предатель), ставится в общий ряд с известными фигурами русской истории (он как Власов, «хуже Власова», выступает как «голос Америки времен холодной войны»). Читатель, таким образом, подводится к мысли о том, что, по причине идеологической ангажированности и зависимости от врагов России, его разоблачения на веру принимать нельзя.

Современные ученые и «мастера культуры», подвергающие критике деятельность царя, в своих бесконечных и злобных нападках только подтверждают жертвенную природу личности Грозного. Эти группы также дискредитируются как «ненавистники самодержавия»



(поэтому подаются как естественные союзники «олигархов»), «русофобы», имеющие интересы на Западе. Так, известный историк, политолог и публицист А.Л. Янов, проживающий в самом центре русофобского мира – США, в своей «писанине» «источает» «яд», выносит «парадоксальные суждения» об отсутствии какой-то инаковости, особенности России и о близости её к другим странам, к примеру, европейским («при всех отклонениях Россия в конечном счете такая же ветвь европейской цивилизации, как и США»), он «смеет» называть «русское самодержавие «самоуничтожением России». Вполне понятной становится и тактика А. Янова, направленная на выдвижение псевдогероев русской истории, бояр-предателей. Таковым В. Аверьянову представляется Михаил Салтыков – «одиозный антиидеал русской государственности», смутьян, корыстолюбец и «изменник»: «Тот самый Салтыков, которому король Сигизмунд в самый разгар Смуты пожаловал богатейшие русские волости... служил Тушинскому вору и состоял в кружке «изменников» при польском воеводе Госневском. ... издевался над святым Патриархом Ермогеном, вдохновителем народной борьбы со Смутой...». В конечном счете, понятна стратегическая линия, с которой «...никто лучше Янова не смог бы» справиться – «... продемонстрировать антисамодержавную, антиправославную, антиавтохтонную линию русской (=антирусской) историографии».

Связь с Западом как один из главных пороков исследовательской мысли, отягчающий вину, прослеживается и в неспособности опереться на правильную цивилизационную концепцию мировой истории, вместо которой предлагается устаревшая универсалистская её модель, питающаяся идеями Г. Гегеля и К. Маркса. Эти ученые хотят вычеркнуть «особую» российскую «цивилизацию-материк» из книги истории путем выявления единства судьбы народов, общих черт развития, их близости, социальной, политической и нравственной. Политический строй России получает «западные» определения («авторитарный», «тиранический» и т.п.), а в России нужно писать «собственное обществоведение», общие критерии для нее не подходят.

Дискурс дискредитации творческой интеллигенции выстраивается на тех же упреках в «русофобии», некомпетентности, бесталанности, корыстолюбии, связях Западом и т.д. Один из наиболее часто упоминаемых в «патриотической» публицистике – автор фильма «Царь», «косноязычный» и «банальный» Павел Лунгин. Он распространяет «стереотипы» «... о кровавом наследии России, в котором представления об Иоанне Грозном и Сталине, об опричнине и НКВД слипаются в образ опасности, постоянно возрождающейся в России, а потому подлежащей искоренению России». Подобного рода трактовка этой связи имплементируется как недопустимая, как «русофобия» и «опрично-фобия».

Общий взгляд на творчество П. Лунгина позволяет В. Аверьянову сделать вывод о том, что создание режиссером антиопричного фильма вовсе не случайность. «Обласканный на Западе» Лунгин постоянно «... воспроизводит одну и ту же тему русской жизни как абсурдной клоунады: столкновение жлоба с непризнанным гением («Такси-блюз»), конфликт тупого быдла с просветленным еврейским шалопаем («Луна-парк»), Россия как скопление трагикомических рыл, без единого человеческого лица («Свадьба»), глумливые шуточки по поводу убийства комиссарами Царской семьи («Бедные родственники») и т. д.». Даже фильм «Остров» лишь имитация «духовного кино». Кроме того, П. Лунгину не хватает понимания эпохи «... ни в «Острове», ни тем паче в «Царе» так и не поднялся до православного юродства (на которое был так богат XVI век). Да и не мог подняться». Но самое главное – ему не хватает «масштаба таланта», «образы слабые», им свойственна «неубедительность и бледность», эпизоды «искусственно «пришиты»», поэтому фильм «... представляет собой бледное и постыдное явление на фоне фундаментального «Ивана Грозного» Сергея Эйзенштейна».

«Не разобрался» П. Лунгин и с конфликтом Иоанна Грозного и митрополита Филиппа. По мнению В. Аверьянова, «Нельзя считать доказанным, что сведенный с митрополии и заточенный в монастырь владыка был задушен по приказу царя. Многие историки (автор не уточняет их фамилии – В.М.) склоняются к тому, что такого быть не могло...». Пытаясь «приписать царю вину», П. Лунгин также продолжает традицию «злых наветов» на царя, к примеру, патриарха Никона. Никон «в своей антигрозненской авантюре», «политической игре» «очернял» царя, его поступки «преподносил в неверном свете» с очевидным корыстным умыслом. Его целью было покушение на самодержавное устройство России, а «Филипп привлекал Никона тем, что не побоялся воспротивиться царю и напомнил ему о праве Церкви выносить приговор светским правителям». Таким образом, Никон становится в один ряд с боярами, как сторонник олигархата и хаоса. Для того чтобы версия о невиновности Грозного в убийстве Филиппа Колычева звучала убедительней, приводится «альтернативное» мнение «ученого» митрополита Иоанна (Снычева), считающего, что «...владыку погубили не царь с Малютой Скуратовым, а новгородские заговорщики, видя в нем опасного свидетеля в «новгородском деле», мученик пострадал «... по всей видимости, не от опричнины, а от крамолы». Читатель подводится к той мысли, что и Павел Лунгин, в совою очередь, также использует «мученика Филиппа» в политических играх и «провокациях», выставляя последнего чуть ли не «диссидентом» («шестидесятником» - крайняя форма подрывной деятельности), а значит «антигосударственником». Эта позиция также

развенчивается: «Второе мученичество Филиппа — посмертное — связано с тем, что его использовали в политических играх, пытались подчинить государство церкви, столкнуть их (а такое может вести только к расколам страны и веры)».

Наконец, последним звеном, связывающим и П. Лунгина, и Никона, и других недоброжелателей России в одну цепь, становятся все те же «бояре». П. Лунгин, как и Никон, работают на одного «заказчика», на «плутократию», «... которая в глубине души страшится опричнины, не понимает и не приемлет тех сил, которые вызвали ее к жизни в XVI веке и могут вызвать теперь».

Наконец, третье лицо «русофобской» троицы — писатель Владимир Сорокин, автор другого примера «... борьбы с опричной идеей» - романа «День опричника». Ему так же свойственна ненависть к опричнине и Ивану Грозному, которого романист считает шизофреником «параноидального типа», развязавшим «гражданскую войну». Дискредитация В. Сорокина ведется по нескольким направлениям. Отрицательное отношение к царю Ивану — патриоту и великому государственному деятелю, само по себе уже несет элемент саморазоблачения и может иметь, к примеру, психологическую мотивировку («Через свою «литературу» Сорокин, по собственному признанию, стремился избавиться от личных психологических проблем»), вероятно, поэтому он заложил в сюжет «тяжелые извращения». Очевидна и творческая неудача В. Сорокина: изображение «... вопреки желанию автора, на уровне «письма» способен вызвать к опричникам скорее симпатию, нежели антипатию».

Ценностно-идеологическая дискредитация направлена на встраивание Сорокина в один ряд с «перестроечными» «разрушителями» государства. Так, беллетрист показывает своих «... новых опричников в стиле перестроечных трактовок «кровавого разгула» НКВД». Ирония в отношении подобного рода формулировок («"кровавого разгула" НКВД»), по мысли В. Аверьянова, должна, вероятно, опровергнуть оба черных мифа, ведь «перестройка» сама по себе — эпоха «смуты», власти «олигархата» и наибольшего сближения с Западом. Отчетливый западный след, который вполне можно трактовать как коммерческий интерес и зависимость, у автора «Голубого сала» был найден. Именно «благодаря вниманию западных издателей в 80-е годы, Сорокин был извлечен на свет божий и превратился в одного из литературных гуру постсоветской действительности». Видимо, для не совсем догадливого читателя В. Аверьянов напоминает, что «... все трое — Янов, Сорокин, Лунгин — в особых сентиментально-интимных отношениях с западными странами и в особых патологических «контрах» с Россией». Соединяя все дискредитирующие «факты» в одну причинно-следственную цепь, читателю, вероятно, предлагается сделать вывод, что адекватными эти

оценки, проникнутые негодованием по отношению к палачам («государственным деятелям»), считаться не могут.

Связь с Западом порочна не только в силу идеологической и нравственной (обслуживание чужих, враждебных интересов) ангажированности. Мотив связи с Западом как компрометирующая деталь используется и в вопросах источниковедческих. Какие источники можно считать достоверными, а какие отбросить как ненадежные или лживые? Верный выбор отличает профессиональный и дилетантский походы. Именно в некомпетентности и обвиняются «враги Иоанна». Грозный становится жертвой предубеждений и сознательной лжи «иностранцев-шпионов», которые становятся основными «поставщиками» «фактов» для исторических исследований: «... значительное большинство наиболее вопиющих «фактов», обличающих Грозного, заимствованы из мемуаров и записок шпионов враждебных России государств либо западных пропагандистов времен Ливонской войны». Важны и ссылки на авторитет (С.Ф. Платонов): «В этой агитации против Москвы и Грозного измышлялось много недостоверного о московских нравах и деспотизме Грозного, и серьезный историк должен всегда иметь в виду опасность повторить политическую клевету, принять ее за объективный исторический источник. В.Б. Кобрин также признает, что сведения об Иоанне Грозном, передаваемые иностранцами, напоминают игру в «испорченный телефон»... .. «Историю о великом князе Московском» Пушкин характеризовал как «озлобленную летопись»». «Авторитетом» может стать и «остроумный интернет-пользователь», который сравнивает послания Курбского с «... вещанием радио «Свобода» времен холодной войны» (Прим.1). В данном случае линия дискредитации разворачивается следующим образом: информации нельзя доверять либо в силу заведомого искажения реальности, либо в силу непонимания иностранцами русской жизни.

Еще одним элементом жертвенного дискурса, легитимирующим жесткие методы руководства, является ссылка на особые исторические обстоятельства. Грозный якобы руководит страной в особо сложное время: природно-климатические, эпидемиологические, демографические факторы («два неурожайных года... чума... военная катастрофа... демографическое Сжатие»). Последняя номинация, по сути, маскирует процесс вымирания (обезлюдивания, запустения) грозненской России. В немалой степени этому способствовала «налоговая политика», которая, как оговаривается В. Аверьянов, была «вынужденной». Налоги шли на противостояние с многочисленными противниками, «войну на три фронта» с Ливонией, Швецией и крымским ханом.

Еще одна особенность дискурса представления Грозного как

жертвы и вместе с этим легитимации насилия – создание сверхдинамического образа времени. Хронотоп эпохи характеризуется геополитической лексикой и лексикой с семантикой необычайной, почти взрывной быстроты происходящих событий и процессов. Сама эпоха «век глобальных сдвигов (Реформация в Европе, начало освоения Америки, инновационный взрыв, увеличивавший технические возможности передовых держав, возрастание мощи и влияния Турции» торопит царя. Естественно, ему «Необходимо было не задерживаться в этом состоянии, а переходить к новому...» и т.п. При этом скорость событий сочетается с мотивами борьбы, смертельного геополитического состязания: нужно успеть «занять новую историко-геополитическую нишу, выработать способность государства к упреждающим реакциям на угрозы, к перехвату инициативы. Нужно было подкрепить проведение структурной, юридической и административной реформы качественно новой материальной и кадровой базой...» (Прим.2). Другими словами, само время, как объективная категория, ставит особые задачи, решение которых рассматривается, в том числе, сквозь сетку медицинских понятий. Терапевтические методы (в социальной терминологии: мирные методы социального взаимодействия, переговорный процесс, учитывающий разнообразные интересы, выстраивание баланса интересов и т.п.) не подходят, значит нужно применять целебные и спасительные для пациента «хирургические методы» (в социальных понятиях – политику энклазии (социального исключения «преграды», то есть устранения (ампутации) человека), террористические практики: бессудные пытки, высылки, казни, лишение имущества, другие практики запугивания).

Дискурс жертвенности распространяется, в том числе, и на результаты «деяний» царя Ивана. Нерадивые «преемники» (за некоторым исключением) то временно сворачивают «реализацию замысла», а то и «перечеркивают» достижения Грозного, ввергая страну в пучину Смутных времен, отбрасывающих «страну в до-опричные времена».

Подведем краткий итог. В отечественной историографии и публицистике в отношении оценки личности и деятельности Ивана Грозного сформировалось две противоположные парадигмы: либерально-демократическая, ставящая во главу угла ценности личности, её достоинства, прав и свобод, и государственно-патриотическая, отстаивающая права верховного центра распоряжаться жизнями граждан по своему усмотрению. В рамках второго направления разработана целая система дискурсов, оправдывающих бесчинства царской власти в отношении подданных. Среди этих дискурсов выделяются дискурс гуманизации образа грозного царя, демонстрирующий его положительные человеческие

качества характера (доброту, терпение и пр.), а также жертвенный дискурс, изображающий Грозного жертвой исторических обстоятельств, заложником эпохи и объектом нападков «русофобов». Кроме того, дискурс включает в себя локальные дискурсы дискредитации критиков политики террора и запугивания.

### Примечания:

1. Подразумевается, видимо, что радио «Свобода» (сегодня «иностранный агент») и её корреспонденты (В. Буковский, В. Аксёнов, П. Вайль, В. Войнович, А. Галич, А. Генис, А. Гладилин, С. Довлатов, А. Кузнецов, В. Некрасов, А. Синявский, А. Солженицын, Л. Алексеева и др.) ввали о систематических нарушениях прав человека, отсутствии базовых политических прав, полицейском произволе, репрессиях, карательной медицине, войне в Афганистане, тоталитарных политических режимах и о многом другом?
2. К слову, столь высокая «скорость» эпохи не помешала Ивану денно и ночью молиться, лично участвовать в массовых казнях и присутствовать на процедурах пытки своих жертв, месяцами сидеть в Александровой слободе перед введением опричнины, шесть или семь раз жениться, разводиться и постригать некоторых жен в монахини, наконец, устраивать бесконечные пиры, проводить церемонии и т.п.

### Список литературы:

- Аверьянов В.В.* Империя и воля. Догнать самих себя / В. В. Аверьянов — «Книжный мир», 2014. Режим доступа: // [https://royallib.com/book/averyanov\\_vitaliy/imperiya\\_i\\_volya\\_dognat\\_samih\\_sebya.html](https://royallib.com/book/averyanov_vitaliy/imperiya_i_volya_dognat_samih_sebya.html) (дата обращения: 08.08.2020).
- Веселовский С. Б.* Исследования по истории опричнины. М., 1963.
- Володихин Д.М.* Историческая память об Иване Грозном // Культурологический журнал 2017/2(28). Режим доступа: // [http://cr-journal.ru/rus/journals/408.html&j\\_id=31](http://cr-journal.ru/rus/journals/408.html&j_id=31) (дата обращения: 10.08.2020).
- Карамзин Н.М.* История государства Российского. Т. 9. Режим доступа: // <https://libking.ru/books/nonf-/nonfiction/524415-nikolay-karamzin-istoriya-gosudarstva-rossiyskogo.html> (дата обращения: 15.08.2020).
- Ключевский В.О.* Исторические портреты. Деятели исторической мысли. — М.: Правда, 1990, - 624 с.
- Соловьев С.М.* Сочинения. В 18 кн. Кн. 3. Т. 5 и Т.6. История России с древнейших времен / Отв. Ред.: И.Д. Ковальченко, С.С. Дмитриев. — М.: Мысль, 1989. — 783 с.
- Сталин об Иване Грозном.* Запись беседы с С.М. Эйзенштейном и Н.К. Черкасовым по поводу фильма «Иван Грозный» 26 февраля 1947 года. Режим доступа: <http://www.cprfspb.ru/3665.html> (дата обращения: 10.08.2020).

---

*Меринов Валерий Юрьевич* – кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики Белгородского государственного национального исследовательского университета (г. Белгород), [merinov@bsu.edu.ru](mailto:merinov@bsu.edu.ru)

Алена Васильевна ДРОЗДОВА

## НОМО КАК АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ В МЕДИАДИСКУРСЕ

*В статье выделены коммуникативные тактики использования видовой характеристики человека Homo sapiens как дискурсивной практики в медиа. Отмечено, что различные приемы языковой игры с латинизмом homo подчинены тактикам дискредитации и мифологизации образа нашего биологического вида, поиску его хронотипических инвариантов.*

Ключевые слова: *медиадискурс, коммуникативная тактика, антропоцентризм в медиаповестке, прагматический подход.*

Alena V. DROZDOVA

## HOMO AS AN ANTHROPOLOGICAL PROJECT IN MEDIA DISCOURSE

*The paper reveals several communicational tactics for using the typical characteristics of Homo sapiens as a discursive practice in media. The author indicates that various means of language game with the latinism HOMO refer to the tactics of discreditation and mythologization of the representation of our biological type and to the search for its chronotypical invariants.*

Ключевые слова: *media discourse, communicational tactic, anthropocentrism in media agenda, pragmalinguistic approach.*

*Расплодилось Номо по планете.  
И живут так истово и рьяно,  
Что, боюсь, увы, забавы эти  
вновь из Номо слепят обезьяну!*

Антон Маргамов

**Н**омо res sacra, как говорится. И подступится к его познанию стремится каждая из наук на протяжении всей истории человечества. Особую актуальность изучение человеческого феномена приобретает в периоды нестабильности и неопределенности, сложно переживаемых социокультурных перемен. Частота и семантическая вариативность использования лексемы homo в медиадискурсе позволяет говорить об актуализации коммуникативной стратегии презентации человека как «еще одного неповторимого вида» (Фоули 1990).

Цель настоящего исследования – определить коммуникативные тактики использования видовой характеристики человека Homo sapiens как дискурсивной практики в медиа.

В процессе исследования используются методы лингвистического, дискурс- и контент-анализов. Коммуникативные тактики, вслед за О.С. Иссерс, рассматриваются как единицы дискурса, используемые в процессе планирования речевого общения и управления речевым взаимодействием (Иссерс 2006: 260).

Рассмотренные в настоящем исследовании деструкции в речевой норме использования латинизма *homo sapiens* квалифицируются языковой игрой (Ильясова 2009: 28-32), где на первый план выходят «декорация, прагматический аспект, привлечение внимания адресата и функция аргументации» (Анненкова 2008).

Интерес к человеку как биологическому виду в эпоху антропоцентрического поворота не мог концентрироваться в границах естественнонаучного знания. Принятый в таксономии гоминид вид *Homo sapiens* (или подвид *Homo sapiens sapiens* как анатомически современный человек) уже на протяжении второй половины XX века в ключевых работах по эволюционной биологии «обрастает» социально-философской проблематикой. Например, К. Лоренц утверждал, что у человека как вида есть все, чтобы «избежать гибели, постигшей все высокие культуры прошлого» и именно «сейчас есть потенциальная возможность невиданно высокого развития человечества» (Лоренц 2016). Р. Фоули, не желая «покончить с уникальностью человека, а, скорее, пытаясь ее объяснить», напоминает, что «мы действительно являемся уникальным видом, но нельзя забывать при этом, что мы всего лишь еще один уникальный вид» (Фоули 1990: 21).

Эволюция человека разумного рассматривается учеными в качестве процесса решения проблем, поставленных окружающей средой. Кроме биологических, исследовали чаще апеллируют к социальным, духовно-нравственным. Так, Дж. Агамбен, А. Назаретян изучают человеческий вид в аспекте биополитики и социальной антропологии. В центре внимания – антиномия, когда, с одной стороны, этот «странный род *Homo*», «самое злобное и агрессивное существо в мире» (Назаретян 2012: 10), а с другой – *homo sacer* (человек священный) с его двойственным суверенитетом жить, а в ситуации «чрезвычайного положения» быть безнаказанно убитым (Агамбен 2011), проявляет способность «драматическим образом расти над собой» (Назаретян 2012: 239).

Наконец, бестселлеры Ю.Н. Харари «*Sapiens: Краткая история человечества*» (2011), «*Homo Deus: Краткая история Завтрашнего дня*» (2015), роман М. Фриша «*Homo faber*» (1967), а также конъюнктурные названия серий разного рода изданий «*Homo incognitus*», «*Homo juvenis*», «эссе *homo*» и подобные дискурсивные практики использования видовой характеристики человека предопределили ее концептуальную роль в медиа.

В Национальном корпусе русского языка на запрос «*Homo*» в момент написания материала ресурс открыл 33 клипотекста, 42 вхождения в Мультимедийном корпусе и 136 документов, 255 вхождений в Газетном.

Видеоматериалы, посвященные проблеме *Homo*, подготовлены авторами телепрограммы «Гордон» (НТВ, 2001-2004 гг.),



телевизионного проекта Academia (ГТРК «Культура», с 2010 г.) и проекта информационно-аналитического портала Полит.ру «Публичные лекции Полит.ру» (с 2004 г.). В основном это лекции, беседы и дискуссии, в ходе которых образ нашего биологического вида обнаруживает себя фрагментарным, едва ли изученным феноменом.

Так, собеседники в студиях, как правило, разговор о человеке начинают с тактик отрицания либо сомнения в истинности тех научных фактов, которые долгое время составляли его «обыденный» биологический образ. К примеру, академик В. Скулачев, презентуя исследовательский мегапроект, одновременно сообщает об эмоциональном настрое его восприятия в духе «протеста», «сомнения», «амбициозности» (<https://tvkultura.ru>. 17.04.2010). Профессор Т. Черниговская открытую лекцию о мышлении начинает с речевых конструкций «казалось бы ..., а оказалось», метафизических нарративов типа «меня качнуло» (от неожиданности и масштабности личного когнитивного открытия – *авт.*), с метафорического определения науки о человеке как «множестве черных дыр» (<https://polit.ru>. 24.11.2009). Ведущий А. Гордон вступительное слово в авторских программах строит по принципу «считалось, что ... Оказывается, это не так» (<https://yandex.fr/video/preview>. 19.12. 2001).

В медиатекстах Газетного корпуса, представленного изданиями «Труд-7», «Комсомольская правда», «Известия», РБК Daily, «РИА Новости» и некоторых других феномен видовой характеристики человека концентрируется в обозрениях результатов актуальных палеонтологических открытий и биологических экспериментов; интервью с представителями творческих профессий; авторских колонках публицистов; прогнозах и версиях о способностях человека и человечества будущего; реже – в репортажах, журналистских экспериментах.

Наряду с активным обсуждением вероятных умений и способностей недавно обнаруженных предков *Homo sapiens* (например – *Homo habilis*, *Homo floresiensis* и пр.) интенсивны попытки темпорального различения человека-современника. Так, ретроспективный образ «уходящего» человеческого рода представлен латинизмом *homo soveticus*, иногда – *homo communisticus*, *homo postsoveticus*. При описании авторы ссылаются на психофизиологические, ментальные, моральные качества определенного общества людей. Ср.: «И потом, какая бы сегодня демократия ни была в стране, мое поколение, ваше и предыдущее все равно психологически остается *homo soveticus*, и поэтому свободными чувствовать себя не могут. Для этого должно пройти время» (<https://www.trud.ru>. 04.02.2003); «...*homo soveticus* – не просто сознание, это особая физиология, особый глаз, когда смотрят и не видят, особое ухо, когда слушают и не слышат. С этим люди не могут

расстаться до сих пор – вот в чем вся проблема» (<https://www.donetsk.kp.ru>. 15.02.2001); «...в России живут угрюмые homo soveticus» (<https://www.donetsk.kp.ru>. 18.10.2013). Иронизирует над эволюцией вида в одном из интервью певец Ю. Шевчук: «Собеседники, товарищи. Знаете, сначала были homo erectus, а потом homo sapiens. Первых мы много сейчас наплодили – с бутылкой пива сидят. А вторые ходят к нам на концерты» (<https://www.omsk.kp.ru>. 20.10.2009).

Любопытны способы речевой презентации человека настоящего. Наиболее часто в аналитических отрезках медиатекстов используются дискретные единицы с мифологемой «homo sapiens превращается в...». Согласно выводам журналистов и героев их публикаций, мы наблюдаем превращение человека разумного в «homo Idioticus» (<https://ria.ru>. 28.01.2009), «человека жующего» (<https://www.trud.ru>. 30.11.2000), «homo videns» – человека-зрителя, который видит окружающую действительность в заданных ему рамках телеэкрана. И довольствуется этим» (<https://ria.ru>. 30.08.2007), «homo globalis» (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2003.04.14), «homo Zapiensa» – существа с нервной болезнью маниакального щелканья каналов (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2002.05.17).

Сигналом о моделировании перспективного образа Номо является жанр публикации (версия, прогноз), цитирование мнений ученых или писателей, а также риторические тактики привлечения внимания. Среди последних, к примеру, использование речевых структур, объединенных семантикой рождения: «По мнению ряда ученых, уже в ближайшие сто лет наш внешний вид очень сильно изменится. На свет появится Номо futuries – человек будущего, который будет избавлен от всех болячек и недостатков людей нынешних» (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2013.04.27); «При этом какие-то наши органы чувств и области мозга будут получать особое развитие, а другие – деградировать. В общем, ждите через 30-40 лет появления Номо elektronikus (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2012.10.15). Эффекту интригующего ожидания подчинены также речевые структуры с компонентом книжной коннотации: «еНомо – симбиозом сегодняшнего Номо Sapiense со сверхвысокими технологиями. Мы у порога нового этапа цивилизации, касающегося как всего человечества, так и каждого человека, его личности, тела, образа жизни и даже души» (<https://www.rbc.ru>. 2006.11.07).

К слову, в образе человека будущего прослеживается семантическое приращение темы технизации к идее бессмертия человечества. К примеру, «homo sapiens longaevitatis – человек разумный долгоживущий» (<https://www.trud.ru>. 2002.03.14), «homo immortalis – человек бессмертный» (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2013.10.02). Авторами представленных

номенов, циркулирующих в современном медиадискурсе, выступают как ученые, так и писатели, художники.

Несколько слов о человеке вне времени. Мы обнаружили всего один пример использования номена *Homo sapiens* в прецедентном значении человека разумного (способного мыслить, понимать). Речь идет об электорате: «Любой *homo sapiens* прекрасно понимает, что в условиях одного города разрыв между кандидатами в два раза (избранный мэр города Михаил Столяров, считавшийся и до выборов фаворитом гонки, набрал 60% голосов, тогда как кандидат справорос Шеин меньше 30%) сфальсифицировать просто нереально. Но человек разумный в таких делах и не требуется» (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2012.04.10). В остальных случаях наблюдаем контекстуальное обрамление номена поэтическими и разговорными единицами, компрометирующими моральность современного *homo*. Ср.: «Впрочем, как ни расширяй клуб лжецов, *homo sapiens* всегда будет занимать там место председателя» (<https://www.rbc.ru>. 2007.03.28); «Если у этого представителя *homo sapiens* еще есть хоть капля совести, он непременно уступит мне место» (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2010.10.06); «Ведь стремление работать поменьше, а получать при этом побольше – общее для всех полов, возрастов и национальностей. Это такой же отличительный признак вида *homo sapiens*, как, скажем, речь или прямохождение» (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2013.04.04).

Любопытны медийные типы и подвиды человека разумного. К примеру, *homo moscovicus* – «житель столицы без страха, упрека и царя в голове» (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2001.09.24), а также *homo politicus voobrajulicus* – депутаты, не разглашающие мелодию свою мобильного телефона (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2004.02.17).

Таким образом, на первый план в языковой игре с латинским номеном, как правило, выступают коммуникативные тактики дискредитации биологического качества человека – его умственных способностей. Хронологически «линейку видов под брендом *homo*» (<https://newdaynews.ru>. 2010.04.28) возглавляет тип советского человека, а завершает технологически безупречный и бессмертный *eHomo*. В пути своего развития *homo* переживает мифологические превращения и рождения, растрчивает мораль, ищет себя в политических и урбанистических подвигах. Перспективы изучения использования номена *Homo sapiens* в медиа предложим в вопросах, содержание которых подсказал интенциональный план рассмотренного эмпирического материала:

– не указывают ли выделенные коммуникативные тактики на стратегию концептуализировать «расчеловечивание» нашего вида, больше похожего в медиапрезентациях на «*homo ferus*, человекозверя»

(<https://www.trud.ru>. 2001.07.21) и человека неразумного, чем на «вид, в котором воплощен Бог» (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2004.12.06)?;

– и кто же сегодня в большей мере является носителем социокультурного фрагмента «нового» российского менталитета (по И.В. Анненковой): виртуальные homo-хомяки и homo-phобы или homo sapiens, воплощающие русскую идею быть разумными, не «спиливающие мешающую им сосну и плюющие в ручей» (<https://www.donetsk.kp.ru>. 2005.04.21).

### Список литературы:

- Агамбен Дж.* Homo sacer. Чрезвычайное положение. М., 2011.
- Анненкова И.В.* Принципы использования латинской графики в СМИ // МИРС. 2008. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-ispolzovaniya-latinskoj-grafiki-v-smi> (дата обращения: 31.10.2020).
- Ильясова С.В.* Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. М., 2009.
- Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М., 2006.
- Лоренц К.* Обратная сторона зеркала. Опыт естественной истории человеческого познания. М., 2016.
- Назаретян А.П.* Антропология насилия и культура самоорганизации. Очерки по эволюционно-исторической психологии. М., 2012.
- Фоули Р.* Еще один неповторимый вид: экологические аспекты эволюции человека. М., 1990.

---

*Дроздова Алёна Васильевна* – кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Луганского национального университета имени Тараса Шевченко (г. Луганск, ЛНР, Украина), [dilena\\_23@list.ru](mailto:dilena_23@list.ru)

Александр Борисович БУШЕВ

## ТЕОРИЯ РАМОК АНАЛИЗА ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)

Статья посвящена тому, как язык структурирует наш опыт и наши ценности. В ней анализируется вербализация наших сегодняшних представлений об экологии. В статье апробирована авторская методика анализа медиадискурса: применены фактографическая, языковая рамки анализа, рамка анализа креолизованной коммуникации, рамка анализа аргументации, рамка анализа коммуникаторов, рамка перформансной коммуникации.

Ключевые слова: дискурс, язык, коммуникация, рамки анализа дискурса.

Alexandre B. BOUCHEV

## THE THEORY OF FRAMES OF DISCOURSE ANALYSIS: ECOLOGICAL DISCOURSE IN GLOBAL MEDIA IN THE 21<sup>st</sup> CENTURY

The paper deals with ecological discourse of modern era, mostly on carbon neutrality. The material under study are the texts of global media. Employing the method of discourse analysis, the compression of textual contents of discourse was performed. The paper discusses the characteristic concepts, metaphors, clichés, assessments. The framework of factual materials, the framework of linguistic constituents, the framework of non-verbal communication, the framework of argumentation, the framework of key communicators and performance framework are singled out.

Key words: language, communication, political discourse, the frameworks of discourse analysis

### Введение

Обсуждение экологических проблем в мировых масс-медиа происходит постоянно, в каждом новостном бюллетене. Темы разнообразны, достаточно назвать следующие: источники энергии возобновляемые и нет, биотехнологии и топливо, глобальное потепление, антропогенное влияние на климат и окружающую среду, проблемы поддержания биоразнообразия, экологические катастрофы, стихийные бедствия, объекты природного наследия ЮНЕСКО. Достояние последнего десятилетия – привлечение пристального внимания к глобальному потеплению и необходимости ответных мер. Дискурс глобального потепления и мер предотвращения катастрофы складывается последние десять лет и формируется на наших глазах. Диапазон участников велик – такой дискурс находится в пределах от серьезных научных трактатов, политических выступлений, медийных материалов до бытовых разговоров.

Исследование экологического дискурса – это прекрасная возможность наблюдать цивилизованный лоббистский дискурс –

попытки влиять на правительства и бизнес, попытки проведения социально значимых гражданских инициатив.

**Методологической основой исследования** является анализ дискурса. Политическая наука второй половины XX в. была отмечена возникновением и развитием в качестве особой научной дисциплины политического дискурс-анализа (ван Дейк Т.А., Водак Р., Ильин М.В., Паршин П.Б., Баранов А.Н., Тюлин И.Г., Базылев В.Н). К проблемам теории и методологии политического дискурс-анализа регулярно обращаются публикации журналов «Полис», «Политическая лингвистика», «Современный дискурс-анализ»; научно-практического альманаха «Дискурс-Пи». В наших работах применительно к политическому дискурсу показана важность номинации явлений в политическом дискурсе, использование клише и штампов как частного случая стереотипии, использование аксиологической лексики, метафорики, эвфемии, повторов, перифраз, сложность дефинитивности терминов, манипуляция фактами, выдача мнения за знания и некоторые другие облигаторные явления политического дискурса (Бушев 2013: 2015). Многочисленными исследователями отмечается, что показательны гипернормализация политического языка, его номинативность, замкнутость нарративной и логической структуры такого дискурса, анонимность и тождественность смыслов, показанная исследователями тоталитарного политического дискурса (Юрчак 2018).

Материалом в данном исследовании послужили многочисленные образцы масс-медийного дискурса, преимущественно из англоязычных глобальных медиа. Рамочная методика интерпретации дискурса предложена автором.

Рассмотрим различные этапы анализа цельного медийного дискурса. Очевидно, мы можем посмотреть на фактографию дискурса (например, статистику), можем проанализировать языковые конститuentы такого дискурса (в англоязычной традиции их можно называть «лингвистические структуры», хотя они есть структуры языковые и концептуальные), можем анализировать приводимую в дискурсе рациональную аргументацию, можем анализировать ключевых коммуникаторов, анализировать невербальные элементы такого дискурса (например, визуальную составляющую, в традиции представления креолизованного дискурса), анализировать поведенческие стратегии участников дискурса. Элемент выделения таких этапов мы находим у теоретиков коммуникации – скажем, Г.Г. Почепцов отчётливо выделяет вербальную, визуальную, перфомансную составляющие дискурса (Почепцов 2001).

#### **Фактографическая рамка анализа дискурса**

Это первая рамка любого дискурс-анализа. Здесь мы отвечаем на вопрос, какие факты вызвали к жизни эту совокупность текстов. В

данном отношении фактографию представляют антропогенные температурные и климатические изменения на планете, сообщения об эффективности зелёных источников энергии, рассказы о сбережении энергии в строительстве домов, новых видах транспорта и т.д.

Приведем виды фактографии:

- семантическая картина катастрофы (*floods, droughts, wildfires, year of extreme hurricanes*);

Таковы, например, многочисленные сюжеты о пожарах в Австралии: *More heat to hit Australia, to get supplies to the population, communication that have been cut off, some fires have not been put out, huge devastation, deforestation, megablaze, area of disaster*. На этом фоне контрастны сообщения о поддержке угольной промышленности в Австралии, нежелании вступать в эру зеленой энергетики: *Coal industry is huge, incinerated homes, fires show no sign of ending, ardent supporter of fossil fuels, there's no need to panic*.

- показ таяния арктических льдов;
- другие отрицательные последствия (*most of the coral will be gone by 2050*);
- показ новых зеленых практик (*make energy-efficient homes, wind and solar energy when most homes are heated by gas*).

#### **Рамка анализа языкового материала**

Рамка анализа языковой коммуникации без труда выявляет штампы, клише, речевые стереотипы, эвфемизмы, избитые метафоры и эпитеты, оценочные коннотации, неясность терминов, перенасыщенность (включаемую нами в семантико-синтаксическое явление сверхсатиации), определенные риторические приемы:

- ключевой концепт *Carbon neutrality Carbon free electricity*
- дискурс полон оценок: *Drastic cuts to green house emissions; The world mist famous climate activist; The biggest threat facing the planet; To properly protect our fragile world; to curb global warming*.
- дискурсу присущи свои метафоры: *Extinction rebellion; Carbon footprint*
- показательна метафора зависимости: *Dependence on fossil fuels*
- символична чрезвычайно распространенная метафора зеленых: *to make the cities green; green energy*

#### **Рамка креолизованной коммуникации**

Представлена иллюстрациями, плакатами, карикатурами, мемами и другими текстами, комбинирующими вербальные и визуальные языки. Чтобы полюбоваться на визуальную коммуникацию зеленых, достаточно выполнить запрос «экология плюс картинки» в поисковой системе Google.

### **Рамка анализа аргументации**

Оценим аргументы, воздействующие на экологическое сознание людей. Это международные, национальные, корпоративные и индивидуальные усилия, направленные на предотвращение глобального потепления.

Таковы, например, позиции политических сил, экспертов на выборах президента США по вопросу зеленых источников энергии (особенно Демократической партии США): *reduce carbon emissions zero carbon emissions, carbon neutral*.

Аргументы к изменению поведения реципиентов дискурса масс-медиа могут доходить до абсурда – меньше мяса, меньше полётов, меньше пластика: *biodegradable materials*.

Значимы политические обещания и обещания крупных компаний: *Amazon carbon neutral by 2040, Microsoft carbon negative by 2020, by 2050 remove all carbon it has ever emitted*.

Усилия стран направлены на выполнение международных соглашений Киото, Парижских соглашений: *biggest polluters, manage carbon market, climate change compensations*.

Правительственные решения направлены на прекращение финансирования загрязняющих технологий: *finance oil, gas, coal projects*.

Одинаково важными представляются аргументы ученых, экспертов и эмоциональные аргументы из уст подростка.

### **Рамка анализа коммуникантов**

Ключевыми коммуникантами выступают правительственные чиновники, политики, представители бизнеса, активисты. Показательны роли Греты Тунберг (*artistic Greta*), сэра Дэвида Аттенборо, Альберта Гора и т.д. Есть здесь свои «Мальчиши-Плохиши»: австралийский, польский премьеры, венгерский политик Виктор Орбан.

Значима роль сетевых организаций. Показательные дискуссии ведутся и в сетевом формате. Роль сетей в информационном обществе сводится и к проблематике горизонтального взаимодействиям и координации в условиях полицентричного общества, и к антиистеблишментской деятельности и формам протестной активности. При этом неформальные сети поддержки объединяют отдельных граждан, семьи, различные негосударственные, некоммерческие и этнические сообщества, являются одной из форм преодоления «институционального дефицита», возникающего из-за отставания институционализации социальных отношений, представляют собой краудсорсинговые платформы (в их оппозиции сетям клиентелистского типа). М. Кастельс (Кастельс 2016) писал о создании сообщества как самоорганизующейся локальной сети реально взаимодействующих в Интернете людей, использующих для



этого то или иное, но общее для всей группы средство общения. Показательна ценность горизонтальной и свободной коммуникации, глобальной свободы слова в сетевой коммуникации.

### **Рамка перформансной коммуникации**

В данной рамке анализа нас интересуют действия, часто символические – демонстрации и т. д.: *act in climate change requires mobilization More pressure on governments Without the right global response*

Символично признание заслуг активистов: *Greta Turnberg named the person of the year.*

### **Выводы**

Экологический дискурс представлен континуумом разножанровых текстов, воплощающим экологическое сознание людей. Многочисленные тексты могут быть компрессированы до ключевых концептов. Применяемые рамки анализа позволяют говорить о языковых, дискурсивно-аргументативных, неязыковых и коммуникативных особенностях исследуемого дискурса.

### **Список литературы:**

- Бушев А.Б.* Перспективы дискурсивных медиаисследований // Вестник ТвГУ. - Филология. - № 4. – Тверь, 2013. – С. 165-176.
- Бушев А.Б.* Дискурс глобальных медиа: оптика исследования // Вестник ТвГУ. - Филология. - № 1. - Тверь, 2015. – С. 187-195.
- Кастельс М.* Власть коммуникации: учеб. пособие / Пер. с англ. Н.М. Тылевич (под науч. ред. А.И. Черных) — М.: ГУ ВШЭ, 2016. — 563 с.
- Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации. М: Рефл-бук, 2001. – 656 с.
- Юрчак А.* Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение. М.: НЛО, 2014. – С. 108-165.

---

*Бушев Александр Борисович* – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета (г. Тверь), [alex.bouchev@list.ru](mailto:alex.bouchev@list.ru)

Маринэ Сельбертовна ОТНЮКОВА  
Андрей Игоревич СМИРНОВ

## ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ МАССМЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

*В статье рассматриваются проблемы исследованием массмедийного дискурса. В работе приведены различные классификации дискурса. Отмечается, что актуальной проблемой дискурсивного анализа является проблема типологии дискурса, связанная с разнообразием и размытостью критериев, характеризующих различия одного типа от других.*

*Ключевые слова: массмедийный дискурс, типологии массмедийного дискурса, массовая коммуникация.*

*Marine S. OTNYUKOVA  
Andrey I. SMIRNOV*

## APPROACHES TO THE CLASSIFICATION OF MASS MEDIA DISCOURSE

*The article deals with the problems of mass media discourse research. The paper presents various classifications of discourse. It is noted that the actual problem of discursive analysis is the problem of discourse typology associated with the diversity and blurring of criteria that characterize the differences of one type from others.*

*Key words: mass media discourse, typologies of mass media discourse, mass communication.*

**П**роблема исследований массмедийного дискурса занимает важное место в современном языкознании, став отражением значимых социальных, политических, философских, культурных, лингвистических тенденций, заложенных в самом функционировании данного типа дискурса. Коммуникация с помощью современных медиа не только вызвала устойчивый интерес со стороны ученого сообщества, но и сформировала новейшую исследовательскую парадигму, которая рассматривает массмедийный дискурс как междисциплинарную область исследования.

Стремительное развитие новейших технологий в нашем веке ознаменовало всплеск распространения технических средств передачи информации и постоянного внимания к ним современного индивида, который не представляет своей жизни без прессы, телевидения, радио, сети Интернет. Для современного языкознания важной проблемой является проблема классификации массмедийного дискурса. Исследование данной задачи способствует решению многих актуальных вопросов медиалингвистики: выяснению сути самого феномена масс-медиа и его иерархии, более четкому изучению структуры данного вида дискурса, пониманию его составляющих,

систематизации знаний о функциональных особенностях.

Сложный анализ массмедийного дискурса отражен в работах А. Белла, Т. Добросклонской, А. Дюранта, Е. Кожемякина, Д. Кристала, М. Макарова, П. Паршина, А. Полонского, М. Талбот, Дж. Ричардсона, Д. Таннена, Р. Фаулера, Н. Феерклафа.

Ученые направляют свои усилия на определение сути массмедийного дискурса, его функциональных, прагматических, когнитивных, языковых особенностей. Среди современных репрезентированы разведки по проблемам классификации медиа дискурса, хотя они не имеют системного характера. Но научная задача классификации видов требует принципиально более активного внимания со стороны научного общества, требует комплексных исследований с опорой на современную коммуникационно-прагматическую парадигму.

Целью статьи является систематизация существующих в лингвистике типологий массмедийного дискурса и определение подходов, на которых они построены.

Для достижения цели поставлены задачи: охарактеризовать распространенные в языкознании таксономии массмедийного дискурса и проанализировать подходы к ним.

В широком понимании медиадискурс функционирует в медиапространстве и представляет собой сложно структурированную систему речевого и технического взаимодействия. Кроме собственно высказывания, участников речевого акта, канала общения, он объединяет большое количество интегральных составляющих, без которых не может функционировать. Вездесущность СМИ подчинила себе каждого индивида в отдельности и все общество в целом: современная реальность неотделима от медиапространства.

Можно говорить о своеобразном объединении бытийной реальности человека и общества с медийной реальностью. Поэтому таксономия данного вида дискурса вызывает определенные трудности: его можно классифицировать по огромному количеству различных параметров и критериев. В лингвистике сейчас выдвинуто несколько классификаций, но их трудно назвать полными или комплексными. Самая общая типология массмедийного дискурса распределяет его на виды. Прежде всего, по типам самих медиа, то есть по каналам передачи информации (как отмечают Т. Добросклонская, Д. Кристал, М. Желтухина, Н. Оломская, Ю. Шевлякова):

- дискурс прессы (или дискурс печатных СМИ);
- радиодискурс;
- дискурс телевидения;
- интернет-дискурс.

Эта классификация является ключевой для анализируемого типа дискурса, она базируется на основном критерии, выделяет

массмедийный дискурс в отдельную отрасль, - на включении медиа (а именно отличных по своим техническим характеристикам медиа) как канала сообщения в коммуникационный акт.

Все указанные типы массмедийного дискурса имеют собственные стилистические, структурно-композиционные и репрезентативные схемы, обусловленные разнообразными факторами, присущими каждому каналу передачи.

Согласно общей теории дискурса, ученые распределяют массмедийный дискурс и по форме бытования медиатекстов: устный массмедийный дискурс и письменный массмедийный дискурс.

Реализация медийных дискурсивных практик происходит в определенных отраслях человеческой деятельности и знаний, которые имеют характер исторически устоявшихся коммуникативных сфер. Лингвист А. Голоднов выдвинул идею называть эти типы дискурса «социо-функциональными» и считает таковыми «политический, юридический, экономический и прочие дискурсы» (Голоднов 2011: 1).

Отображаясь в масс-медиа, вышеупомянутые типы дискурса приобретают определенные прагматические, стилистические, функциональные особенности, поэтому мы можем типологизировать медийный дискурс и по такой схеме:

- политический массмедийный дискурс;
- экономический массмедийный дискурс;
- научный массмедийный дискурс;
- спортивный массмедийный дискурс;
- образовательный массмедийный дискурс.

Лингвист А. Приходько в своих исследованиях дискурса утверждает, что социокультурная среда современности позволяет вычленять типы дискурса определенных субкультур и этнических сообществ. К дискурсам такого типа он относит:

- дискурсы профессиональные (педагогический, дипломатический, спортивный, медицинский, политический, экономический и др.);
- корпоративные и субкультурные (банковский, религиозный, эзотерический, сакральный, лаудативный, героический, революционный, партизанский, террористический, криминальный);
- дискурсы бытовой коммуникации (семейный, детский, молодежный, любовный);
- дискурсы виртуальной коммуникации (сказочный, компьютерный, форумный, чат-дискурс);
- социо-специфические дискурсы (рекламный, дискурс досуга, праздничный, предвыборный) (Приходько 2009: 9).

О. Менджеричкая предлагает типологизировать медийный дискурс, руководствуясь разнообразными стратегиями предъявления информации и различными способами когнитивного отображения

действительности. При анализе печатных изданий согласно этому принципу возможно говорить о следующих видах массмедийного дискурса:

- дискурс «качественной прессы»;
- дискурс популярной прессы (дискурсы «желтой прессы» и глянцевого журналов рассматриваются отдельно);
- дискурс специализированных изданий, таких как научные и научно-популярные издания.

Лингвист отмечает: «Все эти издания отличаются друг от друга как когнитивными установками адресантов, так и способностью их восприятия целевой аудиторией, следовательно, различными способами передачи информации (лингвистическими и экстралингвистическими), представленными в самом тексте» (Менджеричка 2011: 8).

Е. Кожемякин в качестве основы выделения типов дискурса указывает «сферу жанрово-функциональных особенностей медийного пространства: новостной, рекламный, рекламный (PR); информационный, аналитический, публицистический; идентифицирующий, репрезентирующий, идеологический дискурсы» (Кожемякин 2010: 4).

Еще одна типология, которая применима для классификации масс-медийного дискурса, описана в работе М. Макарова «Основы теории дискурса» в разделе «Социальные категории дискурса»: ученый считает «релевантным типологическим признаком дискурса для классификации такую коммуникативную переменную, как степень официальности общения, в соответствии с которой модус общения может быть принужденный, фамильярный; нейтральный, неформальный; полуофициальный; официальный» (Макаров 2003: 6). Опираясь на идею М. Макарова, автор А.М. Приходько утверждает, что этот принцип позволяет выделять следующие типы дискурса:

- авторитарный и эгалитарный;
- тоталитарный и демократический;
- конфликтный;
- кооперативный;
- официальный и карнавальский;
- мужской и женский (Приходько 2009: 8).

Аналогичный подход отображен и в работе В.И. Карасика «Речевые ключи», в которой он выделяет типы дискурса по «тональности общения»: статусный, шуточный, идеологический, гипотетический, агрессивный, манипулятивный, информативный и другие (Карасик 2007: 2).

Все вышеупомянутые типы дискурсов входят в систему массмедийного дискурса. Специфика каждого вида дискурса

накладывает отпечатки на все этапы и уровни речевого акта масс-медиа: создание текста, композицию, средства выражения, восприятие сообщения, средства воздействия, тональность общения – а сама коммуникация приобретает специфические особенности.

Принимая мысль о том, что вообще дискурс не имеет четко определенных границ, следует подчеркнуть, что это открытая структура, которой присущи незавершенность, повторяемость, динамичность, а массмедийный дискурс в частности, благодаря своей основной цели – отражению жизнедеятельности общества, – имеет широкое пространство для формирования четкой, систематизированной классификационной системы.

В заключении следует отметить, что в типологии массмедийного дискурса использованы подходы общей теории дискурс-анализа, лингвистические, когнитивные, прагматические. Ученые закладывают различные критерии и составляющие этого дискурса в основы своих классификаций: каналы передачи информации, форму коммуникации, социо-функциональную направленность, стратегии предъявления информации, тональность общения. И хотя эти факторы являются фундаментальными и научно вероятными, нельзя утверждать, что перечисленные выше классификации удовлетворяют современное языкознание. Как видим приведенных типологиях, одни и те же критерии фигурируют в разных классификациях, что делает типологию массмедийного дискурса в какой-то мере непрозрачной и путаной. Несовершенство таксономии массмедийного дискурса объясняется наличием в его структуре большого количества разнонаправленных факторов: здесь одновременно процесс и результат, познание и общение, динамичность и сосредоточенность, влияние и сопротивление, причина и следствие.

Следовательно, учитывая многогранность данного феномена (то есть, отражения всех сторон человеческого бытия и развития общества), его сложную структуру, функциональные особенности, почти невозможно создать комплексную и подробную таксономию массмедийного дискурса. Открытость выступает как сдерживающий фактор для единой четкой классификации массмедийного дискурса и дает простор для дальнейших научных изысканий по таксономии этого феномена.

### **Список литературы:**

- Голоднов А. В.* Риторический метадискурс: основания прагма-лингвистического моделирования и социокультурной реализации (на материале современного немецкого языка): монография. СПб., 2011.
- Карасик В. И.* Языковые ключи. Волгоград, 2007.
- Кожмякин Е. А.* Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – Серия: Гуманитарные науки. 2010. №2 (73). С. 13-21.

- Киричек П.Н.* Массмедийный дискурс этнополитической коммуникации // Коммуникология. 2016. №1. С.29-40.
- Макаров М. Л.* Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М., 2003.
- Менджеричкая Е. О.* Дискурс, медиадискурс и когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2011.№3. С. 54-60.
- Приходько А. Н.* Таксонометрические параметры дискурса // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК. Ставрополь, 2009.

---

*Отнюкова Маринэ Сельбертовна* – кандидат социологических наук, доцент кафедры туризма и культурного наследия Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г.Чернышевского (г. Саратов).

*Смирнов Андрей Игоревич* – магистрант кафедры туризма и культурного наследия Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г.Чернышевского (г. Саратов), [andrusar@yandex.ru](mailto:andrusar@yandex.ru)

Елена Андреевна ТИМОЩУК

## МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ В ФОКУСЕ ФЕНОМЕНОЛОГИИ

*Статья развивает тему сущности медиарельности, которая раскрывается феноменологически в терминах интерсубъективность, интенциональность, эпохэ, жизненный мир, присутствие, Другой. Автор разбирает значение дискурсивного анализа для феноменологического описания социокультурных объектов.*

*Ключевые слова: Гуссерль, Ингарден, Бергер, Лукман, интемедальность, феноменология культуры, феноменология дискурса, социокультурные медиа объекты.*

*Elena A. TIMOSCHUK*

## MEDIA REALITY IN FOCUS OF PHENOMENOLOGY

*The paper discusses the topic of media reality, which is analysed in terms of intersubjectivity, intentionality, epoché, lifeworld, presence, the Other. The author considers the meaning of discourse analysis for the phenomenological description of sociocultural objects.*

*Keywords: Husserl, Ingarden, Berger, Luckmann, intemediality, phenomenology of culture, phenomenology of discourse, sociocultural media objects.*

**Н**арративизация, медиатизация и дискурсивные практики находятся в сфере самого пристального внимания современных исследователей, т.к. выступают мощными генераторами интерсубъективной социальнрй реальности именно сегодня, когда они опосредованы и вооружены техникой и технологиями. Особенности формирования информационной завесы постиндустриального мира заключаются в том, что мы редуцируем классическую истину до артикуляции и негоциации массива дискурсов. Факт становится дискурсемой, т.е. знаком речи, бытийно пустой категорией. Выход на коммуникативистику и дискурсивный анализ составляет постфеноменологическую парадигму, исследования прагматики дискурса, локусы устойчивости в сетке перформативных высказываний ценностно-смысловых групп. Мир Другого благодаря коммуникативной рациональности отныне не воспринимается как чужой или опосредованный. Иммерсивный характер феноменологии снимает классическое противостояние субъекта и объекта. Умвельт – это всегда разрыв внутренне согласованного мира объектов на динамические когнитивное сосотояние присутствия.

Философский путь феноменологии имеет нелинейную траекторию. Это учение ведёт философский дискурс по краям идеализма и материализма, призывая к эмпирической отчётливости, фактурности знания и, вместе с тем, онтологизируя структуры социального взаимодействия. Её кантовский и конструктивистский подход позволяют прояснять когнитивный феномен медиа. Феноменологи обращают внимание на онтологическую достоверность субъективных процессов, на интерсубъективную реальность на



границах диалога и интенциональную напряжённость коммуникации (Тимощук 2012).

Культура как символический мир нагружена множеством слоёв intersубъективных реальностей. Социокультурная феноменология, реализуя посыл Гуссерля «Zu den Sachen selbst!», пробирается сквозь толщу значений, смыслов и интерпретаций медиадискурса.

Принято считать, что Эдмунд Гуссерль (1859-1938), хорошо известный как основатель феноменологии и учитель Хайдеггера, не смог освободиться от рамок классической метафизики субъективности. Гуссерль так и не отказался от представления о том, что мир и Другой конституируются чистым трансцендентным субъектом; его мышление остается картезианским, идеалистическим и солипсистским. К известным данным комплементарна также и культурологическая интерпретация, рассматривающая рукописи Гуссерля сквозь призму работ его последователей – Ингардена, Шюца, Бергера. Зрелая феноменология, применённая к анализу социума и культуры мигрирует с трансцендентально-философских анализов субъективности к теме конституирования intersубъективных жизненных миров, модусам интемедиальности, феноменам коллективного опыта, эффектам рефлексивности и когеренции.

Социокультурная феноменология предлагает такую модель социальных интеракций, где агенты коммуникации создают мир культуры через повествования о своей судьбе (Тимощук 2010). Нарративизация переживаемых экзистенциальных состояний – это тема таких сообществ как РАИЖИ (Российская ассоциация исследователей женской истории), лаборатория «Прожито» (личные истории в дневниках). Эти проекты осуществляют медиатизацию текстов, созданных в условиях войны, разрухи, трудового фронта, повседневности.

Социокультурная феноменология последователей Гуссерля (Р. Ингарден, А. Шюц, П. Бергер, Т. Лукман, А.-Т. Тименецки, Б. Вальденфельс) исходит из того, что множество трансцендентальных субъектов создают мир культуры. Их тексты находятся на передовой феноменологической социологии и коммуникативистикой, эстетики и культурологии. Хотя что эта связь выражается в основном во вкладе социофеноменологического источника в исследование взаимодействие агентов культуры, межличностного общения на область смыслов, её можно экстраполировать на возможности распространения этих теоретических работ на область медиареальности (Rizo 2009).

Включение феноменологического дискурса в обсуждение сферы медиа-процессов расширяет возможности теории коммуникаций. Миссия философии Гуссерля как раз и заключалась в том, чтобы превзойти ограничения материализма и позитивизма, вернуться к

дореклексивному контакту с миром который определяет естественное сознание intersubъективного мира. Исследуя процессы формирования смыслов и ценностей, границы подвижных значений, определяемых интенционально участниками медиа процессов, социокультурная феноменология сближается с герменевтикой, интерпретативной социологией, символическим интеракционизмом, социологией повседневности и социологией ситуации. Социокультурная феноменология делает ударение на истолковании смыслов жизненного мира в процессе взаимодействия социальных субъектов. Субъекты получают сигналы из внешнего мира, но для них они существуют как феномены их ценностно-смысловой среды. Интерпретация мира происходит на основе выработанного коллективного опыта значений. Проживая повседневность в дореклексивной естественной установке жизненного мира мы трансцендируем через контакт с Другим, выходящим за пределы нашего *Lebenswelt*. Интенсификация контактов информационной эпохи способствует усилению взаимодействия между жизненными мирами, разным концептуализациям диалога и интермедиальности в терминах «глобализация», «геополитика», «ноосфера» «мы-сознание», «коллективный субъект» и пр. Феноменология приближается к тому, чтобы в повседневности не проводить различия реальных и воображаемых явлений, если они равно опосредуют intersubъективные взаимодействия. Поскольку субъекты, погружённые в естественную установку и действующие исходя из здравого смысла, представляют последствия даже воображаемых ситуаций во внешнем мире как переживаемые. Стремление сенсуализма бороться с иллюзиями сталкивается с настоящей потребностью индивида в завесе своего жизненного мира, мифологизации и нарративизации реальности. Медиа сегодня предоставляет прекрасные возможности переживания воображаемого опыта Другого, конструирования гештальтов. Социокультурная феноменология повышает рефлексивность процессов, целостность восприятия реальности, ибо процесс обучения устроен феноменологически: субъект переживает intersubъективный мир и накапливает коллективный опыт. Индивидуальная биография – это позиция наблюдателя со своей точки сборки социокультурного опыта. Непосредственный опыт создаёт уникальный фрейм значений для текущего и отложенного использования. Феноменологически, человек, – это индивидуализированный хронотоп, чей жизненный мир определяется биографией. В этом *Lebenswelt* предметы, процессы, личности занимают уникальное положение, выстроенные согласно intersubъективному ценностно-смысловому порядку. Взаимодействие между социокультурными мирами осуществляется на основании типизированных представлений. Помимо конструкций понимания

Другого большая роль intersубъективного взаимодействия принадлежит здравому смыслу или адекватному восприятию «здесь и сейчас».

Опыт «мы» становится основой для ценностного самоопределения, передачи эстафет коллективной памяти и нарративизации реальности. Идентификация «я» – это всегда актуализация социального контекста, внутренний диалог с референтами опыта. Ситуация встречи с иными субъективностями означает поиск консенсуса в построении символического универсума значений для продолжения повседневности.

Благодаря рефлексивному процессу мы можем быстрее инкорпорировать опыт других социокультурных групп и масс-медиа – это важный активный источник обмена инокультурным опытом в глобальном мире. Ответственность журналиста, как того, кто проникает в иные жизненные миры и делает публичным их содержание, заключается в том, чтобы содействовать социальным процессам интеграции, эмпатии, медиации, уважения и не вызывать обратное: дискриминацию, ненависть, вражду, рознь. Реальность коллективного насилия стала возможной, когда идею геноцида стали разделять многие и он стал повседневностью Бухенвальд, Аушвиц, Собибор, Трешлинка, Майданек, Хелмно, Белжец. Континуум типизации постепенно распространился от идеологов до рядовых антисемитов, выбравшие анонимные чудовищные формы взаимодействия с Другим. Общему для участников геноцида образу истребления Другого могло быть только противопоставлено международное осуждение и сопротивление

В своих литературоведческих произведениях ученик Гуссерля, польский философ XX в. Роман Ингарден предвосхитил исследования медиакультуры, описав многослойность мира культуры и особый статус интенциональных объектов. Радикальный конструктивизм Ингардена позволяет сочетать герменевтику, системный и эмпирический (контекстный) подход к литературе и культуре. Применяя постулаты Ингардена к изучению медиакультуры мы участвуем в трансформации литературных исследований в сторону изучения медиакультуры в контексте общего развития общества. Изучение литературы способствует развитию средств массовой информации как мета контекста существования современного общества (Тимошук 2010; Siegfried 2010).

Дискурсема – это медийный факт, элемент социокультурной реальности, поддерживающий общий контекст ценностно-смысловой среды. Её первый признак – это артикулированность, выраженность в медийных структурах. Пропозиции артикулируются не обязательно для того, чтобы придать смысл социокультурным явлениям. Жизненный мир любой социальной группы нуждается в горизонте

опорных высказываний, поддерживающих её смысложизненные ориентиры.

Это подводит нас ко второму признаку дискурсема: она неизбежно интерсубъективна. Взаимообмен знака и значения, ноэмоэмотических структур инермедиальности происходят в конкретных ситуациях, когда сталкиваются понимания и коммуникативные акты, где идёт борьба гегемонии смысла и насилия конкретизации. И, наконец, её третий признак, это дискретность и непрерывность коммуникативных сред, которые через континуальность символизируют удержание процесса сборки конституирующихся систем, а через прерывистость указывают на индивидуальность коммуникативных локусов.

Дискурсивные разрывы вызваны как самосборкой автопоэтических единиц говорящих и действующих, так и новеллами субъект-объектных и интерсубъективных структур. Нерв дискурса – в его симультанной повторяемости и индивидуальности, значимости присутствия и повседневности значений, маршрутизации консенсуса и тупиковости обособленности. Дискурсема как элементарный речевой акт становится возможной после коммуникативного поворота и становления нового типа коммуникативной рациональности

Апогей дискурсивной технологии – это автоматизация высказываний, создание замкнутого конгломерата пропозиций, которые может монотонно воспроизводить бот-автоответчик. Дискурсивная техносфера противостоит смысловым процессам и интенциональным процессам. Технический постав редуцирует мыслящего и говорящего субъекта до распределённой нейросети, взаимодействующей с лингвистическими устройствами. Феноменологический проект Гуссерля продолжился в герменевтике различия человеческого и технического у Хайдеггера, представившего инжиниринг социальной реальности как упразднение метафизики. Однако различные модальности логики и риторики возвращают нашу речь в феноменологическое поле. Метафора, аналогия, перспектива, пресуппозиция, импликация, темпоральность связаны с выражением социальных значений, волевыми и смысловыми процессами. Цепочки фраз в лингвистических устройствах не могут быть интенциональным проектом Гуссерля, но феноменологические процессы речи, – да.

Построение концепции дискурсивной технологии и ее связь с феноменологическим предложением значения представлены в форме высказывания. Процессы, в которые вмешиваются эти дискурсивные технологии, рассматриваются как смысловые процессы, связанные, в свою очередь, с интенциональными процессами, то есть выражение социального значения, которое не только управляется волевыми процессами, но и дискурс используется в качестве автомобиля этого. Эта работа представляет развитие концепции дискурсивной

технологии, особенно связанной с феноменологическим проектом Гуссерля. Это показывает, что в той мере, в какой произносящий или говорящий производит цепочки слов и фраз, они, в свою очередь, уже связаны и направляются в лингвистических устройствах для создания значений. Были обнаружены шесть дискурсивных технологий высказывания в дискурсе студенческого лидера университета: Это означает, что повседневное значение, которое мы придаем этим шести дискурсивным процессам, выходит за пределы области феноменологических процессов для выражения интенциональности, на этот раз от высказывания.

Р. Келлер, современный немецкий исследователь дискурса, предлагает соотнести герменевтический анализ и дискурс. Первое, что должно быть сделано, это ограничение дискурса. Для этого выбираются критерии ограничения: место, время, издание, автор и т.п. В то же самое время мы должны найти связь с другими дискурсами и посмотреть, есть ли интердискурсивность. Далее, нам нужно структурировать наше изучение текстов. С одной стороны, нам нужно уменьшить количество материала, с другой – нам нужно увидеть, как она будет связана с другими. Также следует определить, что является ключевым текстом, т.е. тем, с которым другие всегда соотносятся. В своей идентификации, этот текст занимает особое место. Так, ключевым текстом к пониманию адорновской эстетики является его совместная работа с М. Хоркхаймером «Диалектика просвещения». Или книга П. Бергера и Т. Лукмана «Социальное конструирование реальности» (1966) является ключевой для социологии знания. Для фундаменталистов важно последнее письмо Мухаммеда Аттах, написанное до того, как он совершил нападение на башни в Нью-Йорке.

Ключевой текст формирует герменевтический круг: с его помощью можно интерпретировать другие тексты, а они, в свою очередь, не могут быть поняты без него. Следует учитывать, какова роль позиция говорящего в тексте (политик, юрист, врач). Социология знания помогает эмпирически реконструировать ситуативные процессы негоциации, а также артикуляции индивидуальности, пониманию формообразованию знания на индивидуальном уровне.

Р. Келлер предлагает следующие этапы анализа дискурса: 1) выделение ключевых понятий, 2) постановка уточняющих вопросов, 3) построение базы взаимозависимых значений количественными методами, 4) интерпретация значений в помощью качественных методов, 5) работа с границами контекстов – демаркация и ценностная характеристика (Keller 2011).

Дискурсивный анализ обнаруживает много общего с феноменологическим в следующих аспектах: 1) артикулированность (дискурс должен быть озвучен, чтобы быть); 2) серийность (дискурс –

это многократные речевые и социальные практики); 3) типизация высказываний; 4) селективность (групповое мышление осуществляет ценностную выборку из множества утверждений для профилирования своих интересов; дискурсы могут существовать, потому что редуцируют сложность (Шубрт 2011, с. 20)); 5) репрезентативность (иерархия дискурсов, доминирующие и миноритарные дискурсы); 6) интересубъективность (договорная концепция истины); 7) модальность (дискурс способен нести дополнительную информацию); 8) автопоэтичность, фрактальность (дискурс – это система, которая воспроизводит сама себя).

Можно выделить также некоторые феноменологические акциденции дискурса:

1) анонимность (при наличии ключевых текстов, масса людей, повторяющих эти мантры, действует неосознанно, как коллективное бессознательное); 2) медийность (сегодня не достаточно только выразить мнение, важно ещё его воспроизводить через технические средства); 3) креативность (например, философия превращается в бесконечные потоки-импровизации великих гуру, выторговывающие новые оттенки смысла, маркирующие пространство, – марка «Деррида» ничем не отличается от марки «Форд») (Дахин 2011: 11); 4) подвижность, динамичность (например, интернет форумы).

Дискурсивная стратегия также как и социокультурная феноменология позволяет универсализировать субъективный мир и представить его как объект научного изучения. Культура – это и производство, и продуцирующая сила и конечный продукт производственных отношений. Её полное понимание если и возможно, то только как самоконструирующегося процесса, где значительное место занимает овеществление дискурсов, материализация речевых высказываний и волеизъявлений социальных групп. В социологии П. Бергера и Т. Лукмана это названо *реификация* – процесс перехода идеального и социальные практики. Вопрос об опредмечивании/распредмечивании бытия уже был поднят Гегелем в учении об объективации абсолютного духа в природу и историю и деятельностно-ориентированным Марксом. Конструктивизм лишён метафизических спекуляций и гегемонии экономического принципа, поэтому он ближе к социокультурной реальности.

Существенно, что процесс опредмечивания, который носит коллективный характер, обычно не откладывается в социальной памяти: «человек не помнит и не осознает, что социальный мир, каким бы он ни был, был создан людьми и может быть ими переделан» (Дандерон 2009: 28).

Феноменологический и дискурсивный анализ имеют важную методологическую функцию, т.к. дают нам целостный способ познания общественной динамики. Мы можем говорить о политиках-рептилиях,

инопланетянах, детях-индиго, плачущей иконе Сталина и при этом оставаться научными. Социальные науки не могут отмахиваться от дискурсов, табуируя их как ненаучные. Напротив, нас должно очень интересовать, кто говорит, что говорит, кому говорит и с какой целью. Само по себе высказывание уже является дискурсивным и медийным фактом. При этом социокультурная феноменология уточняет, что в этом случае мы имеем дело не регулярно воспроизводимым природным явлением, а с фактом особого рода, имеющего следующие признаки: 1) интенциональность, 2) коммуникативность, 3) выражение интересов группы.

Феноменология обращается к смысложизненным структурам, формирующим коллективное сознание социальных групп. Когда мы говорим о конечном продукте, то называем его интенциональностью, направленностью сознания, в содержании которого находятся ценности, смыслы, конструируются *Lebenswelt*. Если мы описываем процесс синергии, создания новых структур, то называем его интересубъективностью, коммуникативной рациональностью, на границах которой и поддерживаются конституированные объекты жизненных миров: цели, ценности, смыслы, концепции, нарративы, традиции, добытые в результате переживания совместного опыта. Одним из элементов смысложизненного мира выступает дискурсема, категория, замещающая понятие «факт». Дискурсема – это ключевой концепт интересубъективной реальности; то, что принимается как само собой разумеющееся в некоторой ценностно-смысловой группе. Большинство дискурсем мы не можем ни проверить, ни опровергнуть, они принимаются как часть жизненного мира. В силу разделения идей своих лидеров мнений медиа потребители могут верить или верить тем или иным дискурсемам, формируя общероссийскую коллективную проекцию будущего. Борьба за внимание потребителей медиа продукции и составляет суть политической конкуренции, где классическое понятие истины выступает лишь коммеморативным знаком присутствия.

Дискурсемы сегодня представляют объект манипуляции в области политики: миноритарные высказывания благодаря массовой коммуникации представляются как мажоритарные (феномен «воображаемых сообществ» Б. Андерсона), оказывают воздействие на политику. Парадокс коммуникативного общества заключается в том, что «хвост может начать управлять собакой»: меньшинство гомосексуалистов подавляет права других граждан считать однополые браки девиацией; Европа использовала незначительная группа протестующих в Киеве как рычаг давления на государство большинства.

Медиафакты (дискурсемы) актуализируются в процессе разработки новостных поводов, существуя до этого в виде пустот

(неопределённостей) или точек потенциального развёртывания смыслов. Устойчивость журналистских версий поддерживается атрибуированием с медиаресурсами, статусом говорящего, апелляцией к авторитетам, опосредованием привратниками СМИ. Таким образом, существование социокультурных объектов зависит не от одного сознания, а от согласия нескольких. Интенциональные объекты поддерживают своё существование intersubjectively за счёт коммуникативного согласия, которое хранит параметры целостности интенциональных объектов. Благодаря знаковым системам интенциональные объекты становятся публичными, доступными для ознакомления/оценки/изменения.

Совокупность дискурсов медиареальности образует огромное количество ситуаций для конкретизации. Медиапродукт представляет собой не только совокупность утверждений, но и набор минус стратегий, тотальность сказанного и несказанного. Требование полноты информации порождает идею разработки серии информационных поводов, которые подогревают интерес и покупательную способность информации. Таким образом каждый раз мы получаем схематическое отражение реальности в медиaproducte или узловые моменты его актуализации. Медийный артефакт есть смысловая репрезентация, ещё незавершённая в своей интерпретации. Продолжая свою жизнь во времени, он постоянно подвергается субъективной конкретизации или индивидуальному «развёртыванию» объекта, нахождению нового горизонта смыслов. Одна и та же новость рождает разные актуализации её содержания, соотношения с прошлым, варианты развития будущего, в зависимости от intersubjectively предпочтений интерпретатора. Читая Ингардена, можно заменять «эстетический» на «медийный», чтобы осознать, насколько что нарративизация и дискурсивный характер реальности – это тренд современности. Через медиареальность мир всё больше становится искусством, где фактуальное подменяется эстетическим (Тимощук 2020).

На основе дискурсивных методик я предлагаю студентам феноменологический анализ – список вопросов, поставленный к дискурсу, медийному продукту, художественному произведению, позволяющий прояснить содержание мышления социокультурных групп (на основе линейной модели коммуникации Г. Лассуэлла):

1) кто говорит и какова его позиция в тексте? 2) для какой целевой аудитории? 3) каково послание? с каким ключевым текстом (нарративом, мифом) соотносён говорящий? 4) какая лексика используется и какие гештальты вызывает? в каком экстралингвистическом контексте существует дискурс? 5) какие средства передачи дискурса используются? как осуществляется диссеминация? 6) какая социальная группа объективирует содержание



своего сознания через дискурс?

Благодаря опроснику дискурсема может быть зафиксирована, измерена через специальные процедуры, т.к. она артикулирована, дискретна и интерсубъективна. Медиатизация фактов оказывает влияние на их условия истинности, убедительности, возможности верификации и фальсификации (Тимощук 2011).

В рамках современной образования наша обязанность научить студентов работать с гигабайтами информации, которые мы ежедневно пропускаем через себя. Феноменологический анализ медиареальности – это возвращение к скепсису Пиррона и Секста Эмпирика: «сомневайся во всём» и «проверяй дискурсема».

### Список литературы:

- Дандерон М.Б.* Социальное конструирование религиозного сознания /Автореф. ... дис. докт.филос.н. Улан-Уде, 2009.
- Дахин А.В.* Актуальные исследования коллективной социальной памяти // Коллективная социально-историческая память и вызовы современности. Нижний Новгород, 2011.
- Тимощук Е.А.* Дискурсивный анализ как феноменологическая стратегия социокультурного описания // Вестник Пермского университета. Серия «Философия. Психология. Социология». 2012. № 4. С. 66-73.
- Тимощук Е.А.* Медиапродукт через призму теории Р. Ингардена // Межкультурная коммуникация и СМИ : материалы международной научно-практической конференции. Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2010. С.188–190.
- Тимощук Е.А.* Медиатизация культуры как тема феноменологии // Личность и профессионализм: гуманитарные аспекты высшего образования : материалы межвуз. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Владимир, 14-15 апр. 2011 г.). Владимир : ВЮИ ФСИН России, 2011. С. 169–171.
- Тимощук Е.А.* Феноменология медиадискурса // Язык, право и общество в координатах массмедиа: сб. мат. III Междунар. науч. конф. (Москва, ИЗИСП, 25–26 сентября 2019 г.) / под ред. И.В. Анненковой, Л.Р. Дускаевой; предисл. Т.Я. Хабриевой. М.: ИЗИСП, 2020. С. 427-431.
- Шубрт И.* Парадоксы коллективной памяти // Коллективная социально-историческая память и вызовы современности. Нижний Новгород, 2011. С. 17-24.
- Keller R.* Diskursforschung: Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen. Springer; 2011.
- Rizo G.* Sociología fenomenológica y comunicología: Sociología Fenomenológica // Revista Fronteiras – estudos midiáticos. 2009. 11(1). P. 25-32.
- Siegfried J. Schmidt* Literary Studies from Hermeneutics to Media Culture Studies // March 2010 CLCWeb: Comparative Literature and Culture. 2010. 12(1). DOI: 10.7771/1481-4374.1569

*Тимощук Елена Андреевна* – кандидат философских наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Владимир), [TEA@abhinanda.elcom.ru](mailto:TEA@abhinanda.elcom.ru)

*Diana BULGANOVÁ*

## VALUES IN THE MEDIA AND THEIR IMPACT ON YOUNG PEOPLE

*By their very nature, the media reach a wide audience. Value trends and preferences of either society or individuals may influence the cultural trends and the current political, economic or other living conditions of the country in which they live. Recently, we could observe differences in the values of the society. At present, however, it is the media which promote and offer a wide range of values on a daily basis and have a significant impact on children and adolescents. The speed of electronically mediated communication, the creation of new role models in the media environment and the adoption of role models and values from other cultures and nationalities significantly impact the formation of personality and value orientation of an individual. Children and adolescents are particularly sensitive to changes in values and value orientation under the influence of media.*

Key words: *values, young people, media impact.*

### Introduction

The fact that the media have an impact on society is nothing new. One of the people, who thought about the effects of the media themselves and their content on people, was for example Marshall McLuhan, who said that every new medium brings some changes and also has an impact on changes of a social nature, not just the technological one. Thus, McLuhan believed that it is the technology that has a significant impact on social life and that individuals unconsciously adapt to these changes (Determinismus...). In addition, the influence of the media has increased even more in recent years due to constant technological progress and their unlimited use. Such an influence of the media undoubtedly also impacts human values, because it changes one's life as such. Therefore, each new medium brings new challenges, but also facilitates the way of life to some extent, shows new forms of communication, entertainment, education and ways of gathering information.

### 1 Our everyday media

We can say that life without media would be considerably more difficult, and we can also say that life without media would be incomplete. However, their growing influence is most noticeable especially in children, but also in adolescents and they have a significant impact on the formation of values. Children and adolescents are able to react more quickly to the presented values, then master them and incorporate them into their value system. Their impact is indirect, but long-term. Moreover, the media accompany them since an early age and thus cast a kind of shadow over their life, which constantly follows them. Media, which constantly demand our attention, therefore undoubtedly have a significant impact on the quality of life and lifestyle of children and young people. Media also have a huge impact on the psychosocial development of children and adolescents. But do the

media promote quality content and the values it contains? According to Jamwal, media shape children and young people both in a positive and negative sense (Jamwal, [http](#)).

Today, we see that there is a lot of low-quality media content and even higher-quality content is often simplified so that it can reach larger audience. Howiecki and Zasepa also point to what Neil Postman was saying, that all aspects of today's world, such as politics, information, the economy and religion, have been changed by the media into entertainment sector (Postman, 2003). Serious topics are therefore often presented in a relaxed form with a humorous undertone. By doing so, they try to have a wider reach of their content. Besides this, what is presented in the media is often perceived as a real reality and something important by the recipients. They do not think that the media actually subordinate their content to what they expect to be successful with most recipients or that they could actually have some purpose. They are thus able to significantly deform and distort the recipients' awareness of the real reality and values.

Jamwal also talks about various factors in the media which threaten real values, such as materialism, selfishness, lack of ethics, and so on (Jamwal, [http](#)). Therefore, the self-reflection of individuals and society is very important. The more we know about the media, the less they will influence us, they will not persuade us easily, we will be able to know the media offer and choose content that may be beneficial for us and the acceptance of which will not endanger our mental condition and values, but the other way round, it will help us grow internally. We therefore agree with Burton and Jiráček, who argue that it is important to know the media, because it is then possible to evaluate and check what relationships and values the media offer (Burton, Jirak, 2003). The time that individuals spend engaging with the media is also important and this time determines the effects the media will have on us.

Research shows that nowadays children spend up to 6 hours a day engaging with the media, while this number rises to 9 hours a day in adolescents (Valkenburg, Piotrowski, 2017). Within the context of the above, W. Austin also says that one also needs to spend time alone, in silence, so that we can immerse ourselves in the real world and have time for deeper thoughts. According to him, personal contacts and the time spent without using the media are also important (Austin, [http](#)). At present, however, we are witnessing almost unlimited media consumption. We do not distinguish between free time and time spent working or studying, as we also use the media for such purposes. Therefore, the time spent engaging with the media is not limited at all and we spend more time engaging with the media than with family members or anyone else. We absorb both the necessary and unnecessary information from the media and their content, we do not choose their sources, we let ourselves be influenced by what the media present. All of this clearly has an impact on our behaviour, attitudes, thoughts, values

and ways of thinking, because we are told that what is being said in the media environment must necessarily be true and we must adhere to it.

Jamwal also says that the world is changing at a dizzying pace at the moment and that our core values are also changing under the influence of the media. Globalization also contributes to this by lowering the "price" of social values and according to him moral values are fragmented. At the same time, the author says that if there is absence of quality and orderly values, society cannot develop (Jamwal, [http](#)). We dare to say that the commercialization of content also plays an important role. Similarly, Radošinská, Kvetanová and Višňovský also say that media content is highly commercialized and standardized, while their production is subject to a certain creative process (Radošinská, Kvetanová, Višňovský, 2020).

We can also say that children and adolescents use the media in a different way than adults. They watch more programs online and have an unlimited amount of content on streaming platforms available to them at any time (Valkenburg, Piotrowski, 2017). All of these aspects have led to the emergence of a new interdisciplinary science called media psychology, which deals with the use of the media and their effects on individuals. It is based on the studies of Albert Bandura on the effects of television violence on the real world (Valkenburg, Piotrowski, 2017).

## **2 The values that today's young people believe in**

As we have already mentioned, the higher values and attitudes of today's young people are greatly influenced by the media. They literally grow together and accompany them every step of the way. Values are an integral part of us. From an early age, we have certain values and there is more of them as we gradually grow older. However, their quality is also important. If an individual has in their life few such values that bring him joy and well-being, they may start to experience disappointment, hopelessness and depression (Klčovanská, [http](#)). At the same time, it is important what meanings a person associates with a given value, because each individual may have a different understanding of a particular value. He gives the example of the value of love, which one can interpret as pleasure, while others can interpret it as effort for the well-being of another person (Klčovanská, [http](#)). For the purposes of this paper, we will try to analyse the research that was conducted in Slovakia and related to the issue of values in children and young people.

In the research called *Kvalitatívny výskum hodnôt na Slovensku (Qualitative Research of Values in Slovakia)*, the authors found that the value of the good life is important for young people. A good quality of life is for young people associated with good financial security, which is related to the possibility to buy better-quality food, have good housing or the opportunity to spend time on their hobbies, relax and enjoy more. They also associate better financial security with better health care, elderly and child care. The research has also shown that young people consider values such as

self-fulfilment, independence and self-expression to be important (Kvalitativny..., [http](#)). However, trust is also valuable for them in the sense of not being afraid to tell someone confidential things. They often associate a sense of trust with the family environment. Trust is also related to the willingness to tell someone confidential things or tell secrets without feeling worried of them being revealed. At the same time, trust is associated with selfless help, self-confidence or perception of trust as a kind of agreement. Research participants also stated that they associate trust with naivety, because according to them, trusting each other does not pay. The research participants believe, that they can really trust only to family members. The high level of distrust is also reflected in the trust in government institutions. The research participants observe and have even encountered corruption in health care, the police, or the judiciary. However, we should point out that although the research participants expressed distrust in healthcare, they trust doctors because they try to do their best for their patients. Significant mistrust is also present in the judiciary. The research participants said that "double standards are used for everyone," and that the judges make subjective decisions. In the case of the police, respondents expressed the belief that they abuse their power (Kvalitativny..., [http](#)). However, there is also considerable mistrust between people themselves. The research participants attribute this phenomenon to egoism, consumerism, individualism and a low level of empathy. Everyone is primarily focused on their own goals and is ruthless (Kvalitativny..., [http](#)). The value of safety is the highest valued value for Slovaks and was chosen by up to 40% of participants. For them, this value means, above all, life without the occurrence of unexpected situations. They linked the feeling of safety to the protection of their own health, especially safe movement around the city, but they also perceive safety in terms of financial security. The research participants were also asked to say what, according to them, weakens their feeling of safety. They mentioned the police and judiciary again, but also the army and political authorities. However, according to the research participants, the feeling of safety is also threatened by ignorance, indifference, inattention of people, which is related to the fact that everyone only cares for their own safety. Young people perceive migration, crime and terrorism as threats, which are constantly mentioned in the media (Kvalitativny..., [http](#)). The research also focused on traditions. It found that the research participants associate traditions with folklore and folk culture. The participants did not mention any big names from culture, scientists and they did not even mention literature or theatre. When it comes to traditions, the research participants associate it with holidays such as Christmas or Easter. Nowadays people are trying to overcome the fast-paced lifestyle and individualism that is so typical of our time. They appreciate family reunions during the holidays. What is worthy of attention is the fact that only 2 respondents mentioned religion as a tradition. The religious aspect was not

even mentioned in relation to Christian holidays. On the contrary, when talking about traditions, they often mentioned nature and environmental protection in relation to folklore and holidays, because the quality of life also depends on natural wealth and unpolluted environment. The family was also a highly valued value among the research participants. They also associated it with quality of life in terms of providing safety and trust, and emphasized the importance of family completeness (Kvalitativny..., [http](#)).

Another research called MILLENNIALS, examined the values, attitudes and opinions that young people follow in their lives. It was done by the NTN agency in 2014. The research sample consisted of 1,500 young people aged 12 to 26 years. The findings showed that 85% of young people are aware of the importance of education. However, when it comes to their future steps, they discuss them with their parents, especially with their mother. This was stated by up to 54% of respondents. At the same time, up to 66% of young people agree that, when knowing several foreign languages, one has more opportunities to enter the labour market and have a better chance of becoming successful and earning more. At the same time, up to 48% of the research participants believe that it is not easy to be successful in life without sufficient education (Millennials..., [http](#)). These results show that young people associate education primarily with success, wealth and better job opportunities. They therefore perceive education as a path to a carefree and comfortable life. Young people also strive for social interactions, making friendships, they also like to watch movies/listen to music and spend time doing their hobbies. Smartphones are popular with as many as 85% of the research participants, online shopping is popular with 80% of young people and social networks are popular with 81% of young people. Regarding social topics, they are most interested in culture, theatre, music and art. This was stated by 23% of the research participants and 18% of young people are interested in sports. Young people pay particular attention to their appearance and having a healthy lifestyle. As many as 62% of young people try to have a healthy diet and up to 78% of young people are interested in physical exercise. However, up to 26% of young people would not want to undergo plastic surgery calling it "out." 23% of young people are not interested in weight loss diets, and according to 31% of the research participants, vegetarianism is no longer cool. In contrast, 45% of young people are interested in the environment and as many as 27% of those surveyed are concerned about global warming. However, they are not interested in politics and only a quarter of the research participants perceive religion as an essential part of their lives (Millennials..., [http](#)). The need for social closeness with other individuals is typical especially for adolescents. It is therefore not surprising that they care for their appearance, physical beauty and making new friendships, for example through common interests or social networks. In today's young people, we can see the effort to express themselves or to fight for something and in this case, it means that they are

expressing their views on the environment and on worsening climate change. Within the social field, only 64% of respondents believe in equality between men and women. They perceive homosexuality as full of contradictions and it is still a taboo topic for them. 27% of the research participants stated that they perceive homosexuality as something bad and 25% have a positive attitude towards it and think there is nothing wrong even in same-sex marriages. As for the racial tolerance, their attitudes are more positive, as only 21% of research participants said they would not want to have a relationship with a person of another race (Millennials..., [http](#)). These results suggest an increasingly tolerant tendency of young people to pluralism. Young people believe in a better future and as many as 29% of the research participants believe that they are still doing well and 34% of respondents are not worried about their future and 35% of respondents are planning their future (Millennials..., [http](#)). These results suggest the ability of young people to adapt more quickly to the changes that come with life, respectively, some of them are aware of the responsibility for their own decisions and life direction.

The last analysed research is older, it is called *Hodnoty mladých Čechov a Slováků* (*The Values of Young Czechs and Slovaks*) and was done by Ilgová and Ritomský in 2009. The authors focused on the values of young people from Slovakia and the Czech Republic. They focused on examining values, value systems in order to find out their structure and possible differences. The results of the research show that respect for the habits that result from the traditional culture is essential for young Slovaks. On the contrary, hedonism, indulgence, and enjoyment of life dominate in young Czechs. They are also more open to changes, unlike Slovaks, who adjust to the current trends in the society. However, the authors did not observe a difference in values such as conformity, stimulation, benevolence and self-determination. Czechs and Slovaks are same when it comes to self-discipline, decency, harmony in relationships, creativity. However, the research showed differences in success, power and universalism. Slovaks are more dominant in proving their competence, intelligence and abilities to meet their goals. They also consider tolerance, nature conservation and the protection of society to be important. On the contrary, prestige, control of resources and power are important for Czechs (Ilgova, Ritomsky, 2009).

To summarize the results of the previous research, we could say that financial security, quality education, image, attractive leisure time, real friendships are valuable for adolescents. On the contrary, only a few research participants stated that they were interested in politics or religion. All these research results are clearly influenced also by the media they follow.

### **Conclusion**

The period of childhood and adolescence is the time of intensive development of patterns of behaviour, values, attitudes, a large part of which they also carry over into adulthood. We dare to say that there must be a

balance in everything and it is not right for children and adolescents to use the media without any limits, but strict prohibitions also do not bring the desired effect. We need to realize that we need to teach children and adolescents to know the media offer and also that the media cannot replace important social relationships, the educational influence of the family or joint family activities.

We can say that there is a link between the values that society believes in and the values that the media present. However, we should keep in mind that each media content is constructed as a media product or as a commodity that is sold to the recipient. Therefore, in order for companies to make an economic profit from such content, they must also use creativity in the content creation and incorporate elements that will be attractive. It is therefore appropriate to think whether it is possible to combine economic values with social values.

### Literature and sources:

- Austin, M. W. The values of social media. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/ethics-everyone/201305/the-values-social-media>
- Burton, G., Jiráček, J. Úvod do studia médií. Brno : Barrister & Principal, 2003, p. 22. *Determinismus technologický*. [https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Determinismus\\_tehnologick%C3%BD](https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Determinismus_tehnologick%C3%BD)
- Ilgová, J., Ritomský, A. Hodnoty mladých Čechov a Slovákův – komparatívny empirický výskum. Košice : UPJŠ v Košiciach, 2009, 113 p. ISSN 1337 5555.
- Jamwal, B. S.: Role of social media in developing values. <http://oaji.net/articles/2017/1201-1509093983.pdf>
- Kľčovanská, E. Hodnotová orientácia súčasnej mládeže a jej význam v pedagogickom procese. [http://www.uski.sk/frm\\_2009/ran/2004/ran-2004-1-02.pdf](http://www.uski.sk/frm_2009/ran/2004/ran-2004-1-02.pdf)
- Kvalitatívny výskum hodnôt na Slovensku. <http://cvek.sk/wp-content/uploads/2017/08/Kvalitatívny-vyskum-hodnot-na-Slovensku.pdf>
- Millennials. <http://chcemevedietviac.sk/millennials-prieskum-o-slovenskych-tinedzeroch-a-mladych-ludoch/>
- Postman, N. Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business. New York : Penguin Books, 1985. According to: Howiecki, M., Zasepa, T.: Moc a nemoc médií. Bratislava : Vydavateľstvo SAV, 2003, 183 p. ISBN 80-224-07402.
- Radošínská, J., Kvetanová, Z., Višňovský, J. To thrive means to entertain: The nature of today's media industries. In Communication Today, 2020, Vol. 11, No. 1, 4-21 p. ISSN 1338-130X.
- Valkenburg, P. M., Piotrowski, J. T.: Plugged in: How media attract and affect youth. Yale University Press, 2017. [https://yalebooks.yale.edu/sites/default/files/files/Media/9780300228090\\_UP\\_DF.pdf](https://yalebooks.yale.edu/sites/default/files/files/Media/9780300228090_UP_DF.pdf)

---

Bulganová Diana – Mgr., PhD student, Faculty of Mass Media Communication, University of SS. Cyril and Methodius in Trnava (Trnava, Slovakia), [diana.bulganova@gmail.com](mailto:diana.bulganova@gmail.com)



Елизавета Васильевна ДЫК

## АНАЛИЗ ТЕКСТА КАК ЕДИНИЦЫ ДИСКУРСА СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

*В статье рассмотрена проблема недостаточной изученности дискурса социальных медиа, даны определения и основные характеристики понятий «текст», «дискурс», «медиа текст», медиадискурс», а также осуществлена попытка определения дискурса новых медиа и принадлежащих ему текстов. Результатом исследования является разработанная схема анализа дискурса социальных медиа и принадлежащих ему текстов, включающая в себя методы дискурсивного, лингвистического, жанрового и социолингвистического анализа.*

*Ключевые слова: текст, дискурс, дискурс социальных медиа, контент социальных медиа, медиадискурс*

Elizaveta V. DYK

## TEXT ANALYSIS AS AN ELEMENT OF SOCIAL MEDIA DISCOURSE

*The article deals with the problem of insufficient study of social media discourse. The article gives definitions and main characteristics of the concepts "text", "discourse", "media text", and "media discourse", as well as attempts to define the discourse of new media and its texts. The result of the research is a developed scheme for analyzing the discourse of social media and its texts, which includes methods of discursive, linguistic, genre and sociolinguistic analysis.*

*Key words: text, discourse, social media discourse, social media content, media discourse.*

**Т**екст и дискурс – два неразрывно связанных понятия, имеющих отношение к коммуникативно-речевой действительности. Принято считать, что дискурс – это коммуникационный процесс, приводящий к образованию текста. Соответственно, чтобы проанализировать текст и определить его характеристики, следует пользоваться схемой анализа, разработанного для определенного дискурса.

Дискурс социальных медиа – еще неизученный вид институционального дискурса. Вероятно, он имеет связь с медиадискурсом, но однозначно обладает собственными отличительными характеристиками и свойствами. Актуальность исследования дискурса социальных медиа состоит в том, что к этим средствам массовой коммуникации возрастает интерес как пользователей интернета, так и специалистов по социальным коммуникациям.

Проблема, исследуемая в данной статье, – недостаточная изученность дискурса социальных медиа. Цель исследования – разработка интегрированного подхода к анализу дискурса социальных медиа и соответствующих ему текстов и схемы анализа этих текстов.

В ходе исследования уточнены такие понятия как «текст»,

«дискурс», «медиадискурс», «медиаатекст» и осуществлена попытка определения дискурса новых медиа и принадлежащих ему текстов.

Основной метод исследования – анализ источников и литературы. К дополнительным методам можно отнести метод эксперимента – исследователем предпринята апробация результатов исследования, то есть проанализирован ряд текстов официальной группы (сообщества) коммерческой организации в социальной сети «ВКонтакте» (Vk.com) по разработанной схеме анализа текстов социальных медиа.

Исследование, посвященное тексту как единице дискурса социальных медиа, следует начать с уточнения и раскрытия основных понятий. Традиционная лингвистика определяет текст как «объединённую смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и целостность, причем в данном случае подразумевается, что единицы эти носят вербальный характер, иначе говоря, текст – это, прежде всего, последовательность слов» (Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 298).

В качестве лингвистической категории текст выступает как словесное произведение, которые состоит из знаковых единиц. Тексты не существуют сами по себе, они создаются, чтобы придать словесную форму мысли автора, передать его представления о мире. Так как текст не единственный элемент речемыслительной деятельности, его нельзя назвать автономным и самодостаточным, но можно представить как одно из слагаемых уравнения-суммы: автора, читателя, отображаемой действительности, языковой системы и собственно текста.

Текст обладает характерными признаками: завершенность с точки зрения создателя, открытость, линейность, графичность, композиционное единство, интенциональность (обусловленность коммуникативной целью), адресованность, информативность, ситуативность и интертекстуальность.

Итак, текст является элементом в системе коммуникативных действий и представляет собой структуру, которая возникает в процессе коммуникативно-речевой деятельности под воздействием экстралингвистических факторов. Его сущность заключена в сплетении коммуникативных, социокультурных, когнитивных факторов.

Учитывая вышесказанное, мы должны ввести в исследование понятие, которое объединило бы текст с другими элементами коммуникативной деятельности, – это понятие дискурса.

Наиболее подходящие определения в рамках теории коммуникаций мы встретили в высказываниях представителей коммуникативного и социально-прагматического подхода к определению дискурса. В рамках коммуникативного подхода, согласно

исследователю, который является одним из представителей «Русской школы» дискурсивного анализа, В.И. Карасику, «термин «дискурс» трактуется как некая знаковая структура, которую делают дискурсом её субъект, объект, место, время, обстоятельства создания (производства)» (Карасик 1999: 8). А представители социально-прагматического подхода описывают дискурс как текст, погружённый в коммуникативную ситуацию, или текст, имеющий социальную или идеологическую обусловленность.

Исследование определений дискурса позволяет сделать вывод, что дискурс – это формула, включающая в себя текст и контекст, в свою очередь учитывающий коммуникативные установки автора и адресата и специфику канала коммуникации. При этом дискурс – это процесс, а текст – конечный результат, выраженный в определенной форме.

Авторитетный в вопросе определения понятия дискурса нидерландский ученый Т.А. ван Дейк дает следующее определение термина: «...дискурс – это сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, ещё и экстралингвистические факторы (знания о мире, установки, цели адресанта), необходимые для понимания текста» (Ван Дейк 1989: 158).

Дискурс выражает надындивидуальное коммуникационно-речевое действие, которое институализировано. Согласно классификации, дискурс может быть институциональным (например, медицинский дискурс, политический дискурс, спортивный дискурс и т.д.) и лично-ориентированным (например, субкультурный дискурс, бытийный дискурс). При этом лично-ориентированные дискурсы реализуются в институциональном дискурсе. Тип дискурса определяет тип говорения и палитру речевых жанров – определенный речевой код. Дискурс социальных медиа, о котором пойдет речь в этом исследовании, является институциональным и функционально-обусловленным типом дискурса.

Логично перейти к определению и характеристикам дискурса социальных медиа через понятие медиадискурса. «Медиадискурс – это функционально-обусловленный тип дискурса; совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности, произведенных в процессе массовой коммуникации, а также связи, возникающие между ними, и коммуникативные потоки. Дискретной единицей медиадискурса является медиатекст, позволяющий упорядочить и структурировать разрозненное движение медиапотока в условиях информационного общества» (Дискурс современных масс-медиа... 2016:17). При этом медиатекст содержит знаки разных семиотических систем: помимо языковых, визуальные, аудиальные и графические, в зависимости от канала массовой коммуникации. Также медиатексты имеют нелинейную структуру, так как существуют в медийном, вербальном, и гипертекстуальном пространстве одновременно.

По утверждению Е.Л. Вартановой, российского исследователя традиционных и новых медиа, «в основе понятия «социальные медиа» лежит принцип партиципарности, когда процесс коммуникации осуществляется при равноправном участии пользователей и института медиа» (Вартанова 1999: 115). Это характеристика важна для понимания социальных медиа в целом. Также в основе определения социальных медиа, данного профессором МГУ Александром Чумиковым, находится главный принцип эпохи web 2.0. Это такие интернет-проекты, содержание которых формируют сами пользователи (Чумиков 2014: 94). Контент на таких площадках может иметь один или несколько форматов.

К особенностям или характеристикам социальных медиа обычно относят мультимедийность; интерактивность; гипертекстовость; быстрый доступ к опубликованной информации; доступное отслеживание популярности публикаций; возможность создавать контент и общаться с другими пользователями. Социальные медиа выполняют коммуникативную, идеологическую, культурно-образовательную, рекламно-справочную и рекреативную функции (Прохоров 2003: 182).

Многие коммерческие организации также используют социальные медиа как площадки для информирования аудитории, продвижения своих товаров и услуг, коммуникации, а также как каналы продаж. Кроме того, фундаментальной особенностью поведения людей в социальных медиа стало то, что они гораздо легче, чем на любых других площадках, делятся информацией о себе, о своих личных и профессиональных интересах, что используют специалисты по связям с общественностью и маркетологи, чтобы сегментировать аудиторию и доставить сообщение в наиболее индивидуализированном формате.

Дискурс социальных медиа – это институциональный тип дискурса; совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности, являющейся содержанием электронной коммуникации, основанной на принципе партиципарности. Тексты, порожденные дискурсом социальных медиа, не обязательно имеют собственно текстовый (вербальный) формат, а мультимедийны, то есть составлены из языковых, графических, звуковых, визуальных знаков. Понятие «текст социальных медиа» при этом очень близко к понятию «контента», по мнению исследователя.

Для дальнейшего изучения дискурса социальных медиа и соответствующих ему текстов требуется обозначить релевантную систему методов, которая совмещала бы методы лингвистического, социологического, лингвокультурологического анализа и учитывала особенности самих социальных медиа. И чтобы разработать интегрированный подход к исследованию, обратимся к уже известным

группам методов анализа дискурса и текстов (Добросклонская 2014: 4):

1. Лингвистический анализ, цель которого – выявить базовые характеристики текста на всех языковых уровнях: лексическом (использование конкретных лексем), стилистическом (использование языковых средств: тропов, метафор, сравнений и других), социолингвистическом.

2. Социологический метод контент-анализа, который предполагает проведение выборки единиц текста по определенному принципу и их статистический подсчет. Этот метод наглядно показывает дискурсивную идеологичность текста, его неразрывную связь с действительностью, отражающуюся в содержании. Это обуславливает свойства текста: денотативность, то есть соотнесение с реальным объектом в действительности, референтность, то есть соотнесение текста или слова с его образом, и ситуативность или связь с контекстом. Таким образом, этот метод показывает скрытые особенности отображаемой текстом (если точнее – корпусом текстов) действительности.

3. Дискурсивный анализ, суть которого в нахождении связи между языковой и экстралингвистической стороной текста. При дискурсивном анализе обычно учитываются параметры: цель текста, категории автора и адресата, форма коммуникации или речевой жанр, коммуникационные стратегии, функциональный стиль и используемые языковые средства.

4. Медиалингвистический метод: анализ параметров медиатекста (способ воспроизведения, средство и канал распространения, жанр, тема и т.д.).

5. Методы жанрового анализа, суть которого состоит в процедуре поиска и сравнения различных форм речевой практики в социальных медиа, построенной по стандартам традиционных медиа. При этом можно воспользоваться уже ставшей классической классификацией жанровых форм по содержанию: «информационные жанры, аналитические жанры, художественно-публицистические жанры» (Тертычный 2000: 113).

Кроме этого, можно использовать классификации по форме контента и любые другие классификации по содержанию, а также классификацию по виду контента (развлекательный, коммуникационный (вовлекающий), продающий, информационный (новостной, репутационный), образовательный (обучающий, полезный)).

Основная задача исследования – разработка интегрированного подхода к анализу дискурса социальных медиа и соответствующих ему текстов, которая позволила бы получить всесторонне представление о дискурсе социальных медиа и принадлежащих ему текстов.

Интегрированный подход к анализу дискурса социальных медиа

обязательно должен включать элементы дискурсивного анализа, лингвистического и социолингвистического анализа, жанрового анализа с обязательным учетом характеристик самих социальных медиа: в том числе, особенностей текста как мультимедийного формата предоставления информации, гипертекстовости, полифоничности.

Итак, по мнению исследователя, схема анализа текста с помощью интегрированного метода анализа дискурса социальных медиа должна выглядеть следующим образом:

1. Дискурсивный анализ

1.1. Цель текста – то состояние общества, которое предшествовало созданию текста.

1.2. Категория автора – индивидуальный или коллективный.

1.3. Категория адресата – портрет аудитории.

1.4. Коммуникационные стратегии автора.

1.5. Коммуникационный эффект текста.

2. Лингвистический анализ

2.1. Функциональный стиль речи.

2.2. Языковые средства, используемые в тексте.

2.3. Тип речи: повествование, описание, рассуждение или смешанный тип.

3. Жанровый анализ

3.1. Вид контента – к какому виду контента принадлежит текст (развлекательный, коммуникационный (вовлекающий), продающий, информационный (новостной, репутационный), образовательный (обучающий, полезный)).

3.2. Речевой жанр – один из традиционных речевых жанров или элементы нескольких.

4. Социолингвистический анализ

4.1. Интердискурсивность – элементы каких дискурсов взаимодействуют.

4.2. Интертекстуальность – какие конкретно элементы интертекстуальности присутствуют в тексте.

Таким образом, результатом исследования является разработанная схема анализа дискурса социальных медиа и принадлежащих ему текстов, включающая в себя методы дискурсивного, лингвистического, жанрового и социолингвистического анализа.

В данной статье исследовалась проблема недостаточной изученности дискурса социальных медиа. При этом уточнить понятие дискурса не составило большого труда. В статье также акцентировано внимание на большом многообразии методов анализа дискурса, принадлежащих разным наукам. Но исследователя интересовало именно дискурс социальных медиа и возможность анализа текстов социальных медиа для определения их эффективности и проведения

дальнейших количественных и качественных исследований, имеющих более частный характер. Разработанная схема анализа может быть использована специалистами в сфере социальных коммуникаций, которые в качестве одной из задач своих исследований также ставят анализ текстов, принадлежащих системе социальных медиа.

Можно считать целью исследования – разработку интегрированного подхода к анализу дискурса социальных медиа и соответствующих ему текстов схемы анализа этих текстов – выполненной. Описание апробации результатов исследования и разработка соответствующих выводов и рекомендаций по оптимизации будут являться задачами последующих исследований автора данной статьи.

### Список литературы:

- Ван Дейк Т.А.* Язык. Познание. Коммуникация. - М.: Прогресс, 1989. — 310 с.
- Вартанова Е.Л.* Финская модель на рубеже столетий: Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. М.: Изд-во МГУ, 1999. — 287 с.
- Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: II Международная научно-практическая конференция. Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Международный научный семинар.* Белгород, НИУ «БелГУ», 5–7 октября 2016 г.: сборник научных работ / под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2016. – 380 с
- Добросклонская Т.Г.* Массмедийный дискурс как объект научного описания // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2014. №13 (184). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massmediynny-diskurs-kak-obekt-nauchnogo-opisaniya> (дата обращения: 09.05.2020).
- Карасик В.И.* Религиозный дискурс // Языковая личность: проблемы лингвокультуры и функциональной семантики: Сб. науч. тр. - Волгоград: Перемена, 1999. С. 5-19.
- Лингвистический энциклопедический словарь.* М., 1990.
- Прохоров. Е.П.* Введение в теорию журналистики: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика». — 5-е изд., испр. и доп. — М.: Аспект Пресс. 2003. — 237 с.
- Тертычный А.А.* Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000. — 286 с.
- Чумиков А.Н.* Медиарилейшнз: учеб. пособие для студ. вузов. М.: Аспект Пресс, 2014. — 184 с.

---

*Дык Елизавета Васильевна* – магистрант кафедры социальных коммуникаций Национального исследовательского Томского государственного университета (г. Томск), [liza-dyk@yandex.ru](mailto:liza-dyk@yandex.ru)

Надежда Владимировна ТОРМЫШЕВА

## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ ДИСКУРС-АНАЛИЗА КИНОРЕЦЕНЗИЙ О ТВОРЧЕСТВЕ Ю. БЫКОВА)

*Исследовательская работа была посвящена методологии применения метода дискурс-анализа к изучению отечественных кинокритических материалов для выявления особенностей в профессиональных и любительских материалах.*

*В результате работы были сделаны следующие выводы: во-первых, у профессионалов системный и целостный взгляд на кинопроизводство, чего нельзя сказать о любителях; во-вторых, профессионалы чаще рассматривают кинопроизводство в рамках контекста творчества режиссера; в-третьих, профессионалы акцентируют внимание на форме кинопроизводства, а любители – на содержании.*

*Вместе с тем, на отечественном материале подтвердилась теория А. В. Хотнога, который анализировал французские кинокритические материалы профессионалов действительно отличаются определенной структурой и объективным характером, материалы любителей – наоборот – неоднородной структурой и субъективным характером.*

*Ключевые слова: медиадискурс, дискурс-анализ, контент-анализ, лингвистический анализ, кинокритика, профессиональные кинокритические материалы, любительские кинокритические материалы, Ю. Быков.*

Nadezhda V. TORMYSHEVA

## METHODOLOGY OF CONTEMPORARY MEDIA DISCOURSE STUDY (BASED ON DISCOURSE ANALYSIS OF FILM REVIEWS ABOUT OEUVRE OF Yu. BYKOV)

*The paper discusses the methodology of discourse analysis in Russian film reviews study to reveal the features of professional and amateur texts.*

*The author claims that the professionals provide more systemic and holistic view to the cinema production than the amateurs do; moreover, professionals reviews tend to analyse films in the context of producer's oeuvres and to emphasize the shape of a film rather than its content (as amateurs tend to).*

*The results prove the theory of A.V. Khotnog based on the French reviews analysis: professionals' texts are more structured and objectively focused, while the amateurs' texts have more heterogenic structure and subjective nature.*

*Ключевые слова: media discourse, discourse analysis, content analysis, linguistic analysis, film review, professional film reviews, amateur film review, Yury Bykov.*

**Д**искурс – популярное сегодня понятие, которое обозначает совокупность письменных и устных текстов. Можно сказать, что дискурсы производят люди в разнообразных ежедневных практиках – организационной деятельности, рекламе, области социального взаимодействия, экономике, и, конечно же, СМИ (Йоргенсен, Филлипс 2008: 9).

Неудивительно, что дискурс, который принимает участие в таком



множестве жизненных сфер, имеет несколько типов. Один из типов дискурса, представляющий для нас наибольший интерес, – это медиадискурс, медийный дискурс или дискурс СМИ.

Поскольку медиадискурс – дискурс СМИ, а СМИ, как известно, являются одним из главных механизмов влияния на массовое сознание (Попова, Балезина 2015: 88), данный тип дискурса наиболее активно участвует в создании и изменении социальной реальности, а значит, нуждается в тщательном изучении с точки зрения формирования сознания аудитории. Кроме того, теорию медиадискурса необходимо уточнять и дополнять новыми выводами.

В данной работе мы изучим медиатексты (материалы СМИ), которые составляют медиадискурс, с помощью дискурс-анализа, сочетающего в себе различные междисциплинарные методы (Понтон, Ларина 2016: 10).

Специфика дискурс-анализа, предоставляющая для исследователя довольно широкие возможности, актуальна по той причине, что может дать лучшее понимание механизмов функционирования и воздействия медиатекстов.

Целью данного исследования является применение дискурс-анализа к изучению публицистического жанра кинорецензии для выявления особенностей в профессиональных и любительских материалах и демонстрации возможностей метода.

Раскроем содержание понятия «дискурс-анализ».

Дэвид Джери и Джулия Джери называют дискурс-анализом форму текстового анализа, цель которого состоит в показе структуры дискурса и дискурсформирования. Автор обращает внимание на то, что дискурс-анализу могут подвергаться целые тексты или части текстов (Джери, Джери, 1999: 43).

По причине того, что дискурс-анализ допускает совокупность различных методов исследования, для нас представляется возможным применение к изучению кинорецензий контент-анализа и лингвистического анализа.

Дадим определение контент-анализу.

Один из родоначальников контент-анализа Б. Берелсон характеризовал данную технику как «объективное, систематическое и количественное описание явного содержания коммуникации, соответствующее целям ее исследователя» (Цит. по: Назаров 2003: 218).

Для научных целей используются два вида контент-анализа: количественный и качественный. Опираясь на количественный контент-анализ, мы упорядочим полученные знания и выявим закономерности. Ориентируясь на качественный контент-анализ, мы сконцентрируемся на содержании медиатекстов – их настроении и акцентах.

Рассмотрим лингвистический анализ текста.

Методы лингвистического анализа позволяют выявить базовые свойства и характеристики текста на различных языковых уровнях: лексическом, синтагматическом, стилистическом (использование тропов, сравнений, метафор и прочих стилистических приемов), социолингвистическом (Бойко 2019: 699).

Благодаря частичному лингвистическому анализу текста мы обратим внимание на элементы кинорецензий и на элементы анализа кинопроизведения, проведенного в этих рецензиях. Таким образом, мы выделим средства выразительности и стилистические приемы, интерпретируем их смысл и эмоциональный тон.

Кратко опишем, что представляет собой кинорецензия.

Д. А. Брежнева определяет кинорецензию как тематическую разновидность жанра рецензии, представляющая собой критический отзыв на произведение искусства (Брежнева 2013: 9).

Важно отметить, что в результате развития интернета, кинорецензия, которая ранее публиковалась только в СМИ, разделилась на два типа – профессиональную и любительскую. У каждого из типов исследователи выделяют свои особенности.

Так, А. В. Хотног обозначил следующие различия профессиональных и любительских кинорецензий, исследуя французские материалы с точки зрения когнитивной лингвистики:

1) Коммуникативная цель текстов: автор-профессионал привлекает внимание к фильму, автор-кинолюбитель – к самому себе.

2) Композиция текстов: многочленная в профессиональных рецензиях и редуцированная в любительских рецензиях.

3) Форма присутствия автора в основном тексте: отсутствие местоимения 1-го лица ед. ч. в профессиональных рецензиях и его употребление в любительских рецензиях; преобладание рационалистической оценки в профессиональных рецензиях и психологической – в любительских рецензиях.

А. В. Хотног обобщает, что у любительских кинорецензий неоднородный характер, а также подтверждает свою гипотезу об отклонении рецензий авторов-любителей от жанрового прототипа (Хотног 2019: 180).

Для дискурс-анализа мы выбрали кинорецензии на популярную социальную драму Ю. Быкова «Дурак», вызвавшую большой общественный резонанс, и сосредоточились на крупном русскоязычном интернет-сервисе о кино «КиноПоиск». Прежде всего, мы выявили характерные особенности профессиональных кинорецензий.

С помощью дискурс-анализа мы проанализировали на сайте 11 кинорецензий. Первым этапом мы провели дискурс-анализ, где акцентировали внимание на элементах рецензий и элементах анализа

произведения, вторым этапом – выявили категории и выполнили подсчет. Результаты исследования профессиональных кинокритиков были занесены в таблицу (см. табл. 1).

Анализ кинокритики проводился по таким категориям, как: «Заголовок», «Подзаголовок», «Лид», «Я»-повествование», «Средства выразительности и стилистические приемы», «Контекст творчества режиссера». Частотность элементов в категориях показана в таблице 1.

Таблица 1. - Категории анализа профессиональных кинокритиков на фильм «Дурак»

Название работ (профессионалы)	Характер рецензии	Элементы рецензии					
		Заголовок	Подзаголовок	Лид	«Я»-повествование (от 1-го лица)	Средства выразительности и стилистические приемы	Контекст творчества режиссера
1. «Прогнило что-то»	положительная	+	-	+	-	в <b>заголовке</b> – отсылка, в <b>содержании</b> – сравнение («Дурака» с «Левиафаном»)	-
2. «Дурак дурака видит издалека»	положительная	+	+	-	-	в <b>заголовке</b> – отсылка, в <b>подзаголовке</b> – сравнение фильма «Дурак» с произведением Н.В. Гоголя «Ревизор», в <b>содержании</b> – метафора, сравнение «Дурака» с «Днем дурака» и «Ревизором»	сравнение с предыдущими фильмами Ю. Быкова
3. «Прорвало»	негативная	+	+	+	-	в <b>заголовке</b> – троп, в <b>содержании</b> – отсылка, метафоры, сравнения (сравнение «Дурака» с «Днем Дурака»), параллель	сравнение с предыдущими фильмами Ю. Быкова
4. «Рецензия: «Дурак» Юрия Быкова»	положительная	+	+	+	-	в <b>подзаголовке</b> – сравнение с «Ревизором» и метафора, в <b>содержании</b> – метафора, отсылка на крылатое выражение,	-

						сравнения (сравнение с «Ревизором»), известное разговорное выражение «авось»	
5.«Фильм «Дурак» - о сантехнике, взявшем на себя миссию спасения»	негативная	+	-	+	-	в <b>содержани</b> и – сравнения (сравнение с «Ревизором»), метафоры	сравнение с предыдущими фильмами Ю. Быкова
6. «Дурак»: Ужасы нашего ЖКХ ****»	положительная	+	-	+	-	в <b>содержани</b> и – сравнения в сочетании с метафорами (сравнение Никитина с пророком), метафора, отсылки, фразеологизмы	-
7.«Хорошими делами прославиться нельзя»	положительная	+	-	+	-	в <b>заголовке</b> – отсылка, в <b>содержани</b> и – метафора в сочетании с фразеологизмом, метафоры, фразеологизмы, пословица, известное разговорное выражение «русский авось»	сравнение с предыдущими фильмами Ю. Быкова
8. «Кинотавр», день пятый: Трагедия благородного сантехника»	положительная	+	+	+	-	в <b>содержани</b> и – метафоры, сравнения, олицетворение	сравнение с предыдущими фильмами Ю. Быкова
9.«Кинотавр»: еще два дня»	негативная	+	+	+	-	в <b>содержани</b> и – сравнения («Дурака» с «Левиафаном»), метафоры	сравнение с предыдущими фильмами Ю. Быкова
10.«Только «Дурак» на «Кинотавре» скажет нам правду про нашу жизнь»	положительная	+	+	+	-	в <b>заголовке</b> – олицетворение, в <b>подзаголовке</b> – метафора, в <b>содержани</b> и – метафоры, сравнения, олицетворение в сочетании	-

						с фразеологизмом, метафора в сочетании с фразеологизмом, олицетворение	
11. «Заставь дурака с мэром сразиться»	положительная	+	+ (два подзаголовка: до иллюстрации и после)	+	- (но говорит о себе в 3-ем лице)	в <b>заголовке</b> – отсылка, в <b>содержании</b> – метафоры, сравнения (литературная ассоциация, аналогия)	сравнение с предыдущими фильмами Ю.Быкова

Структура всех профессиональных кинокритических рецензий обязательно включала заголовки (подзаголовки наблюдались в большинстве материалов – в 7 из 11), лид и основную часть, т.е. структура являлась однотипной.

Во всех кинокритических рецензиях отмечался достаточно высокий уровень грамотности – отсутствовали какие-либо ошибки или опечатки. Кроме того, во всех кинокритических рецензиях фиксировалась безличная форма повествования, т.е. объективность по отношению к предмету рецензирования.

Обратим внимание на то, что в 6 материалах из 11 авторы «обрамляли» заголовки средствами выразительности и стилистическими приемами: отсылками, сравнениями, метафорами, фразеологизмами, олицетворением. В подзаголовках и содержании материалов мы также отметили средства выразительности и стилистические приемы. Таким образом, в профессиональных кинокритических рецензиях мы наблюдали высокую частотность средств выразительности и стилистических приемов.

Еще одна особенность профессиональных кинокритических рецензий – многие авторы материалов (7 из 11) рассматривали кинопроизведение «Дурак» через призму творчества Ю. Быкова в целом. Например, через его предыдущие фильмы «Жить» и «Майор» (см. табл. 1).

Если говорить о составляющих анализа произведения в профессиональных кинокритических рецензиях, то данные элементы можно разделить на несколько категорий: «Жанр», «Творческая манера режиссера», «Сюжет», «Герои», «Интерьер», «Диалоги/монологи», «Актерская игра», «Технические аспекты», «Титры», «Проблемно-идейный комплекс» (см. табл. 2).

Из них самые многочисленные категории – «Творческая манера режиссера» (характеристика художественного почерка), «Сюжет» (пересказ сюжета) и «Герои» (характеристика героев). Интересно то, что в ряд малочисленных категорий входит и «Проблемно-идейный комплекс» (4 рецензии из 11). Исходя из этого, мы можем предположить, что профессионалы больше обращают внимание на форму, чем на

содержание кинопроизведения (тему, идею, проблему).

Таблица 2. - Категории анализа произведения в профессиональных кинорецензиях на фильм «Дурак»

Название работы (профессионалы)	Характер рецензии	Элементы анализа произведения									
		Жанр	Творческая манера режиссера	Сюжет	Герои	Интерьер	Диалог и/монологи	Актерская игра	Технические аспекты	Титры	Проблемно-идейный комплекс
1. «Прогнило что-то»	положительная	аналогия с боевиком, голливудский темпоритм	новаторский подход – легкость повествования не делает фильм поверхностным	пересказ	-	-	-	-	-	-	-
2. «Дурак» дурака видит издалека»	положительная	социальный триллер	фильм = текст (спорный, но неглупый)	пересказ	характеристика Никитина (простой и честный)	-	-	-	-	-	-
3. «Прорвало»	негативная	-	голливудская лента + «чернуха»	пересказ	-	-	-	+	-	-	-
4. «Рецензия: «Дурак» Юрия Быкова	положительная	-	«плакатность», т.е. вызывающая прямолинейность	пересказ	-	-	-	+	-	+	-
5. «Фильм «Дурак» – о сантехнике, взявшем на себя	негативная	советская производственная драма + фильм-катастрофа +	идеализм (экзистенциальная слепота)	пересказ, оценка сюжета	характеристика Никитина («болельноумный»),	-	«исповедально-обвинительные монологи», прием	+	-	-	-

миссию спасения»		антикоррупционный триллер			его образ жизни		«давайте все расскажем зрителю устами персонажей»				
6.«Дурак»: Ужасы нашего ЖКХ ****»	положительная	-	актуальность (Никитин – герой нашего времени)	пересказ, оценка повторов сюжета	характеристика главных героев	-	-	-	музыкальное сопровождение	-	-
7.«Хорошими делами прославиться нельзя»	положительная	-	обращение к самокритике зрителя, оценка действительности подхода	пересказ, оценка повторов сюжета	-	-	-	-	-	-	тема, идея
8.«Кинотавр», день пятый: Трагедия благородного сантехника»	положительная	фильм-кошмар	прямолинейность, «плакатность», оценка действительности подхода	пересказ	характеристика Никитина, его образа жизни	-	хлёстки диалоги	отмечается положительно	-	-	идея
9.«Кинотавр»: еще два дня»	негативная	-	топорная и конъюнктурная работа	пересказ	характеристика героев, их «плакатность»	-	«куски из ЖЖ Алексея Навального»	-	-	+	-
10.«Только «Дурак» на «Кинотавре» скажет нам правду про нашу жизнь»	положительная	-	фильм = приговор, фильм = правда, оценка действительности подхода	пересказ	характеристика Никитина	кв. Никитина	-	+ (отмечается положительно)	операторская работа	+ («как главная точка»)	тема
11.«Заставь дурака с мэром сразиться»	положительная	«жилэкс-плуатация»	экзистенциализм	-	характеристика героев, их образ жизни	кв. Никитина	-	-	музыкальное сопровождение	+ («идеологическая пристройка»)	тема

					и						
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

Далее мы исследовали любительские кинокритические рецензии, взятые также на сервисе о кино «КиноПоиск». С помощью дискурс-анализа нам удалось уточнить особенности материалов и сравнить профессиональные кинокритические рецензии с любительскими.

Любительские рецензии мы анализировали по тем же категориям, что и профессиональные. Результаты исследования отражены в таблице (см. табл 3).

Таблица 3. - Категории анализа любительских кинокритических рецензий на фильм «Дурак»

Название работы (любитель)	Характер рецензии	Элементы рецензии					
		Заголовок	Подзаголовок	Лид	«Я»-повествование (от 1-го лица)	Средства выразительности и стилистические приемы	Контекст творчества режиссера
1.«Кому на Руси жить хорошо»	положительная	+	-	-	-	в <b>заголовке</b> – отсылка, в <b>содержании</b> – метафоры, отсылки, крылатые выражения («в России две беды: дураки и дороги», «благими намерениям и вымощена дорога в ад»)	сравнение с предыдущими фильмами Ю. Быкова
2. -	положительная	-	-	подобие лида	-	в <b>содержании</b> – популярное местное выражение, обращение к «блатному принципу», сравнения, метафоры (сравнение Никитина с князем Мышкиным и пророком), отсылки ( <u>некорректная параллель</u> )	-
3.«Головой об асфальт»	положительная	+	-	подобие лида	-	в <b>заголовке</b> – метафора, в <b>содержании</b> – метафоры, фразеологизм, сравнение <b>композиция</b>	-



						кольцевая.	
4. «Вот в какой стране мы живем или вот в каком мире»	положительная	+	-	подобие лида	+	<b>Композиция</b> - кольцевая	-
5. «Я же русский человек. Я не могу не брать!»	положительная	+	-	-	+	в <b>заголовке</b> – отсылка, в <b>содержании</b> – метафора, отсылка, фразеологизм	-
6. «В России две беды - равнодушие и дефицит солидарности».	положительная	+	-	подобие лида	+	в <b>заголовке</b> – отсылка на крылатое выражение «в России две беды: дураки и дороги», в <b>содержании</b> – метафора	-
7. «Хотел как лучше, а получилось как всегда»	положительная	+	-	-	-	в <b>заголовке</b> – отсылка, в <b>содержании</b> – крылатое выражение «благими намерениям и вымощена дорога в ад»	-
8. «Такова жизнь»	положительная	+	-	-	+	-	сравнение с предыдущими фильмами Ю. Быкова.
9. «Крыши домов дрожат под тяжестью дней...»	положительная	+	-	подобие лида	+	в <b>заголовке</b> – отсылка на песню В. Цоя из фильма «Дурак», в <b>содержании</b> – сравнение	-
10. «На нашу жизнь спустился мрак, А души властно душит ночь... И только истинный дурак То зло решится превозмочь»	положительная	-	-	-	+	в <b>содержании</b> – эпиграф, аналогия, параллель с Иисусом, метафоры, сравнение с князем Мышкиным, олицетворение, сравнение в сочетании с метафорой, отсылка на песню В. Цоя из фильма «Дурак»	сравнение с предыдущими фильмами Ю. Быкова,
11. «Фильм-	положител	+	-	-	-	в	-

катастрофа »	ьная					содержани и сравнение	–
-----------------	------	--	--	--	--	-----------------------------	---

В отличие от профессиональных кинокритических материалов были представлены не все структурные элементы: в 2 материалах из 11 отсутствовал заголовок, подзаголовков не наблюдалось, подобие лида было в 5 материалах из 11. Таким образом, результаты подтверждали теорию о неопределенной структуре любительских кинокритических материалов.

Кроме того, в 9 рецензиях из 11 отмечались ошибки и опечатки. Самой распространенной ошибкой оказалась пунктуационная.

Повествование в 6 рецензиях из 11 велось от первого лица – «я», т.е. оно было более субъективным.

В заголовках любительских кинокритических материалов, как и в профессиональных, присутствовали средства выразительности и стилистические приемы.

Отметим, что в 5 кинокритических материалах из 11 наблюдалось подобие лида, т.е. авторы заключали в 1-4 предложения главную мысль. Такие «лиды» соблюдали правила маленького объема и главной мысли, но, тем не менее, не дотягивали до профессионального уровня. Профессионалы в лидах, как правило, осознанно представляли фильм, выделяли инфоповод и/или основные мысли фильма/кинокритики и т.п. Любители обозначали свои впечатления от просмотра кинопроизведения, характеризовали кинопроизведение или давали рекомендации другим пользователям. Таким образом, большинство «лидов» любителей обращали внимание на мысли и эмоции автора, а не на предмет рецензирования.

В содержании кинокритических материалов любители так же, как и профессионалы, использовали различные средства выразительности и стилистические приемы.

Но, во-первых, любительских кинокритических материалов, включающих средства выразительности и стилистические приемы, было меньше, чем профессиональных (у профессионалов – 11 из 11, у любителей – 10 из 11).

Во-вторых, некоторые отсылки не всегда были корректными. Например, отсылка в рецензии №2 на картину «Конец» Кукрыниксова, с помощью которой автор провел параллель между светлым героем Никитиным и немецким политиком Адольфом Гитлером.

В-третьих, и у профессионалов, и у любителей наблюдались повторяющиеся средства выразительности и стилистические приемы, но при этом они в большинстве случаев повторялись в рамках отдельных групп: только у профессионалов (см. табл. 1) или только у любителей (см. табл. 3).

Например, у профессионалов повторялись сравнения «Дурака» с

«Левиафаном», «Днем Дурака» и «Ревизором», также повторялось разговорное выражение «русский авось». У любителей повторялись крылатые выражения («в России две беды: дураки и дороги»; «благими намерениями вымощена дорога в ад»), отсылки на песню В. Цоя из фильма «Дурак» и сравнение главного героя – Никитина – с князем Мышкиным (Ф. Достоевский «Идиот»). Единственная метафора, которая повторялась в двух группах – метафора о пророке в контексте сравнения Никитина с посредником между людьми и божественными силами.

Сравнения профессионалов отличались большей масштабностью и углубленным анализом. Кроме того, в отличие от профессионалов любители в меньшей степени опирались на контекст всего творчества Ю. Быкова (у профессионалов – в 7 рецензиях из 11, у любителей – в 3 рецензиях из 11).

Исходя из чего, мы заключили, что профессионалы подходят к анализу кинопроизведения как к сумме частей, их взгляд – системный и целостный, чего нельзя сказать о любителях, которые отмечают отдельные части произведения без понимания целого.

Категории элементов анализа произведения в любительских кинокритических рецензиях были такие же, как и в профессиональных. Из них самые многочисленные категории – «Творческая манера режиссера» и «Проблемно-идейный комплекс». Таким образом, любители обращали внимание на содержание кинопроизведения больше, чем профессионалы (см. табл. 4).

Таблица 4. - Категории анализа произведения в любительских кинокритических рецензиях на фильм «Дурак»

Название работы (любители)	Характер рецензии	Элементы анализа произведения									
		Жанр	Творческая манера режиссера	Сюжет	Герои	Интерьер	Диалоги / монологи	Актерская игра	Технические аспекты	Титры	Проблемно-идейный комплекс
1. «Коммуна в Руси жить хорошо»	положительная	-	противоположные миры, но в них есть полутона и оттенки	пересказ, оценка поворота в сюжета	характеристика Никитина, характеристика чиновников	-	-	-	-	-	тема
2. -	положительная	-	отказ от «привычного» противопоставления: плохое чиновничество - хороший	пересказ	характеристика Никитина	-	-	-	-	-	тема

			народ», фильм = приговор.									
3.«Головой об асфальт»	положительная	триллер	фильм = притча	-	-	-	«исповедальные разговоры»	экспрессивная, но сочетается с «крикливой интонацией рассказчика»	-	-	-	тема
4.«Вот в какой стране мы живем или вот в каком мире»	положительная	-	-	пересказ	-	-	-	-	качественные съемки, музыкальное сопровождение	-	-	идея
5.«Я же русский человек. Я не могу не брать!»	положительная	-	реалистичность, простота, плавность, четкость	-	-	-	положительная оценка диалогов	-	-	-	-	тема, идея
6.«В России две беды - равнодушие и дефицит солидарности»	положительная	-	«не отталкивающе, без укачивания в сплошную чернуху»	оценка сюжета	характеристика Никитина	кв. Никитина	-	положительная оценка актерской игры	положительная оценка постановки, музыкального сопровождения	-	-	-
7.«Хотел как лучше, а получилось как всегда»	положительная	-	-	пересказ	характеристика Никитина	-	-	-	-	-	-	идея
8.«Такова жизнь»	положительная	-	реалистичность	пересказ	характеристика образа жизни Никитина	-	-	положительная оценка актерской игры	музыкальное сопровождение	-	-	-
9.«Крыши домов дрожат под тяжестью	положительная	сильная, контрастная и серьезная	-	пересказ	характеристика Никитина	-	-	положительная оценка актерского	качественные съемки, музыка	-	-	тема, проблема

ью дней...»		зная социальная драма			еристика образа жизни Никитина			состава	альное сопровождение		
10. «Нашу жизнь спустился мрак, А души властно душит ночь... И только истинный дурак То зло решится превозмочь»	положительная	социальная драма	фильм = притча	оценка поворота в сюжета	характеристика Никитина через аналогию с литературным героем	-	-	-	-	-	проблема, идея
11. «Фильм-катастрофа»	положительная	фильм-катастрофа	реалистичность	-	-	-	-	-	-	-	тема, идея

В ходе дискурс-анализа любительских кинорецензий мы также пришли к нескольким выводам. Во-первых, профессионалы смотрят на кинопроизведение как на сумму частей (т.е. их взгляд системный и целостный), а любители видят лишь отдельные части. Во-вторых, любители меньше рассматривают кинопроизведение в рамках контекста творчества режиссера (3 рецензии из 11). В-третьих, любители больше акцентируют внимание на содержании кинопроизведения, чем на его форме (проблемно-идейный комплекс найден в 9 рецензиях из 11). Вместе с тем, нам удалось подтвердить теорию Хотного А. В.: кинорецензии любителей отличались неоднородной структурой и субъективным характером.

### Список литературы:

- Бойко, С.Л.* Контент-анализ субъектов-прообразов имиджа системы здравоохранения в электронных средствах массовой информации // Журнал Гродненского государственного медицинского университета. – 2019. – Том 17. – №6. – С. 699.
- Брежнева, Д.Д.* Жанрово-стилистические и когнитивные особенности кинорецензии как вида массово-информационного дискурса : автореф. дис. канд. филол. наук / Д.Д. Брежнева. – Москва, 2013. – 26 с.
- Джери, Д.* Большой толковый социологический словарь (Collins). Том 1. (А–О) / Д. Джери, Д. Джери; перевод с английского Н.Н. Марчука. – Москва : Вече, АСТ, 1999. – 544 с.

- Понтон, Д.М.* Дискурс-анализ в 21 веке: теория и практика / Д.М. Понтон, Т.В. Ларина // Вестник РУДН. Серия : Лингвистика. – 2016. – №4. – С. 7–25.
- Попова В.О., Балезина Е.А.* Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания / В.О. Попова, Е.А. Балезина // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2015. – №2 (22). – С. 88–94.
- Филлипс, Л.* Дискурс анализ: теория и метод / М.В. Йоргенсен, Л.Дж. Филлипс; перевод с английского А.А. Киселевой. – Харьков : Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. – 352 с.
- Хомутова, Т.Н.* Научная рецензия: интегральный подход / Т.Н. Хомутова, Е.В. Кравцова // Язык и культура. – 2014. – №1(25). – С. 70–76.
- Хотног, А.В.* Жанр как потенциально изменчивая когнитивная модель (на материале французских интернет-кинорецензий) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2019. – №8. – (824). – С. 171–183.
- Назаров, М. М.* Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М.М. Назаров. – Москва : Аванти Плюс, 2003. – 428 с.

---

*Тормышева Надежда Владимировна* – бакалавр по направлению подготовки «Журналистика» (профиль «Мультимедийная журналистика») Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток), [tormyshevan@gmail.com](mailto:tormyshevan@gmail.com)

*Научный руководитель* – кандидат филологических наук, доцент К. В. Барина, Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток).

Oľga ŠKVARENINOVÁ

## STANDARD SLOVAK IN MASS MEDIA

*At present, media become important linguistic institutions that decisively determine language development. Tendencies with synergistic effect on contemporary Slovak language in mass media include primarily changes, e. g., socio-economic changes in society after 1989, globalization, digitalization; and specific linguistic changes, e. g., inter-style and inter-genre hybridization, linguistic unification, tendencies to informal conversationalization, vernacularization, weakening of codification and stylistic norm. In Slovakia, even in the recent past, the cultivation of media language was mostly identified only with standardized varieties of language usage, but today some Slovak linguists think also about communicatively understood language cultivation.*

*Key words: codification, mass media, Slovak, speech, standard language*

### Introduction

**L**anguage is a heterogeneous phenomenon with many varieties that allow users to communicate in any socio-ethnocultural situation. Fundamental factors that influence development of language are, on the one hand, stabilizing codification changes used to maintain linguistic functionality and identity, and, on the other hand, spontaneously innovative linguistic changes, which we also find in the language of mass media. At present, due to influence of mass media on society, media increasingly reflect and shape language of people, their linguistic awareness and attitudes towards language. «The media are important linguistic institutions. Their output makes up a large proportion of the language that people hear and read every day. Media usage reflects and shapes both language use and attitudes in a speech community» (Bell 1995: 23). Through mass media, people can learn to speak in a literary and rich vocabulary, but on the other hand, media can strengthen people's own incorrect language habits or learn them to express ungrammatical or non-literary.

«As a result of the nexus between mass media and the emerging nationstates of the nineteenth century, the media used standard language to reach national audiences, thereby strengthening the bond between language and nation» (Anderson 2006, in: Androutsopoulos 2010: 740), «today a rigid hierarchy of right and wrong, normative and nonnormative are replaced by media communication tolerant to the deviation» (L. A. Brusenskaya – E. G. Kulikova 2018: 168). In mass media we can find examples of non-standard language, in which grammatical rules and stylistic principles are not followed; at present expressions lacking precise and logic increases as well. These shortcomings are most evident in unprepared, spontaneous speeches, but they are also common in pre-prepared texts that can be (and should be) modified and possibly corrected before they are published.

In Slovakia, even in the recent past, the cultivation of media language

was almost absolutely identified only with standardized forms of language usage, but today some Slovak linguists think more about communicatively understood language cultivation, in which language is used appropriate to conditions or environment of communication (Ondrejovič 2008: 244). In the works of Slovak linguists we find various, often antagonistic views on the roles and functions of standard Slovak in mass media, which is confirmed by many studies and any proceedings on standard language and language culture, which has been published in Slovakia so far. In this context, three main opinion groups gradually formed in the Slovak linguistic community: a) a group of sociolinguists who apply sociolinguistic methods also in normative-codification practice and involve language users in linguistic and regulatory language activities; b) a group of authors who subscribe to the postulates of sociolinguistic research only declaratively, who in a specific codification practice do not take into account the linguistic consciousness and linguistic attitudes of language users; c) a group of authors adhering to the principle that language users should not be involved in normative-codification activities, as the standard language is described in codification manuals (Ondrejovič 2008: 214). At present, in addition to the expression “failure of standard Slovak in mass media”, the phrase “seeking and finding the degree of legitimacy, adequacy, variability in the language of media” is used - both expressions are related to cultivation of media language.

### **Factors effecting standard Slovak in mass media**

Factors effecting and changing contemporary Slovak language of mass media have a synergistic effect. In our paper, we focus on those that are among the crucial components of the influence on the current state and development of Slovak language presented not only in mass media. In Slovak linguistics, it is accepted that media language has a decisive influence on development of contemporary Slovak as a whole, that mass media belong to spheres decisively determining language development (Horecký, Buzássyová, Bosák et al. 1989; Mlacek 2008: 288). The situation is different, for example, in German mass media, which have their own way of dealing with language, their own communication procedures and types of texts that clearly differ from ordinary linguistic reality (Burger 1990: 3).

Among the factors that change the language of Slovak media, and thus current Slovak language, are general changes related to the socio-economic situation after 1989, establishment of independent Slovak Republic, Slovakia's integration into European structures, and overall globalizing tendencies in society and media practice. The use of Europeanisms, words with the prefixoid euro- or Anglicisms increases in mass media and in current Slovak language as well. In the case of Anglicisms, we must not forget the fact that these are usually words of a Greek-Latin origin, for which Slovak language has been enriched in the past (Šimková 1999: 135). However, in connection with the use of Anglicisms, it is necessary to emphasize that



English internationalizes not only the lexicon of Slovak language, but also its syntax and stylistics, therefore, the research focuses on the penetration of English supre-lexical phenomena and structures into contemporary Slovak as well (Böhmerová 2012).

Changes in society brought a new social group to media communication - personalities who are educated, professionally erudite, but not ready for presentation in the media. Their media utterances are mostly based on personal language assumptions (Ondrejovič 2008: 244), their speech is not adapted to the specifics of communication with the media and in the media. The media expressions of these people are often protracted, they are too long or fragmentary, without a media message, key points; there is a lack of specific information, concise, clear and concise statements in them. The speech rate is too fast, or, conversely, too slow, these personalities often mumbles, articulates lazily, TV viewers or radio listeners cannot understand their utterances. However, we find similar language shortcomings in the speeches of some journalists, anchors or editors, who rely only on their own, usually insufficient language standard.

Among factors changing the language of Slovak mass media, we also include changes in the media industry. Slovak media as well as foreign ones have transformed into media concerns in which financial aspects are important. The role of today's media is not only to inform, educate, entertain, engage, point out shortcomings, influence people, arouse emotions, but above all to bring profit. The economic side and the struggle for the viewers (listeners, readers) have become more important than excellent language, great stylistics and professional voice qualities. Changes in the media industry are also closely related to the digitization and dominance of digital media, which has led to emergence of media linguistics in the second half of the 1990s (Luginbühl 2015). This (sub)discipline of applied linguistics is understood as a hyperonym of multi-layered communication fields (Rašová 2017) in which media language has a special position, or as a dynamic phenomenon used by individuals and various large groups of people both in traditional and digital media (Voigt 2015), thus contributing to changes in the language of mass media. Dominance of digital media also led to creation of new communication styles in which the differences between individual and public communication or between spoken and written language are blurred. The language of the determining medium, which is currently digital media, also influences the language of print, radio and television media, which tend to express the more relaxed and personal expression that is characteristic of digital media. In addition, people now choose for themselves what kind of media information, when and to what extent they will pay attention to. On the Internet, media texts can not only be read, but they can also be discussed and commented on; interaction is also possible across the media or with unknown people. An interactive digital media communication is created; it acquires a personal character manifested in the

language of all media types.

According to Kralčák (2008: 24), the current language of primarily electronic media is characterized by two tensions: the tension between information and entertainment and the tension between public and private. At the same time, the author observes two tendencies in mass media: a tendency towards conversationalization and a tendency leading through entertainment to “marketization”, when market behaviour is in the background.

Another strong linguistic factor influencing the language of contemporary Slovak media is the blurring of boundaries between styles and the syncretism of genres, thus creating free media texts, not specific genre units. This creates a functionally unhelpful inter-style or inter-genre hybridization. Gradually, the differences between news, analytical and fictional media stories also disappeared; so in the media often the news text is not distinguished from the editor's opinions. There is not only linguistic unification of media texts (Mlacek 2008), but also unconscious linguistic manipulations, where the subjective opinions of text creator are presented as objective facts. At present, advertising texts that have the character of editorial texts are also being added to newspapers and media magazines; it is difficult for the average reader to distinguish them from journalistic text. In this context, it shows how important media education in primary schools and the related development of (critical) media literacy are.

The language of mass media is also influenced by blurring of the differences between elite and yellow journalism towards tabloidization, which is also reflected in weakening of validity of the codification and the stylistic norm. Expressive words, stylistically more expressive constructions, simple sentence structure are in the foreground, stereotyping of language on all language levels increases. These phenomena lead to the hackneyed expressions, which become clichés through excessive use in the media. In pronunciation, the same articulation and intonation errors or inappropriate speech tempo are constantly repeated. Some oral media speeches are thus on the verge of intelligibility and receptivity (sometimes beyond this limit, even on state radio and television). Through tabloidization, Slovak language is gradually losing some characteristic specifics of Slovak.

The fundamental change of contemporary Slovak media language is the tendency to informal conversationalization (Škvareninová 2019: 34), which «is no doubt joined by vernacularization, i. e., an increase in the currency of non-standard speech» (Androutsopoulos 2010: 742). In media informal conversational style, the use of intimate expressions increases. The characteristic features of this style are spontaneity, immediacy, privacy, originality, and expressiveness which are reflected in the use of elements from the language periphery, in defective features in sentence structure, casualness of expressions and non-compliance with rules of the standard language. The current preference for informal expression leads to the

tendency to informal conversationalization also in written mass media texts which is reflected especially in lexicon, e. g. in use of Czech words, the already mentioned Anglicisms and incorrectly formed neologisms. There are fewer shortcomings in morphology and syntax, e. g., grammatical errors in declension of nouns, gradation of adjectives and adverbs, conjugation of verbs, use of prepositional phrases, conjunctions, and in greeting forms (Slovak distinguishes for “ty” form and “vy” form; in the “vy” form there is a specific type of plural verb form even addressing to one person which is often misused in Slovak mass media). In today media language, defective syntactic constructs and phraseological contaminations are common as well.

The use of dialect (regional speech), which is growing in the language of mass media in the last decades, is also related to conversationalism (Betz 2006: 78, 173). People from dialect regions identify more quickly with news with dialectisms they know (Burger, Luginbühl 2014: 364), which is characteristic e. g. for some German-speaking regions. In Slovakia, dialect elements are a welcome source of media entertainment, they are tolerated in regional news, namely in the lexicon, syntax or pronunciation of moderators and editors (Škvareninová 2019: 34-35). In addition to the use of dialect, conversationalism is also reflected in unprepared media speeches.

In media language, many spontaneous innovative language changes, new words, and play on words that benefit the language can also be found. In electronic media, voice qualities are approached as another dimension of language innovation. The form of media expressions is thus influenced not only by vocabulary, grammar or compositional-stylistic construction of the text, but also by the pronunciation and intonation of speech. The courage of editors, their commitment, effort to engage, tendency to dynamic speech, creation of a specific linguistic identity of radio and television stations are not in conflict with standard language and speech culture - standard language usage in media texts and speeches can raise mass media communication to a professionally higher level.

### **Standard Slovak in mass media and state language policy**

In Slovak linguistic environment, Slovak language is characterized as a national language that is internally differentiated. It has several varieties of which the standard language is the most important, most elaborate and most variable one (Slančová 1994: 13-14). The codified form of standard language represents national form of the Slovak language. It is identified through a repertoire of conventions in spoken and written communication, normative dictionaries, fixed rules in orthography and grammar (Ammon 2004: 273-283). The socio-linguistic approach to the study of standard media language enriches research with the social and communicative causes of undesirable deviations from codification and language norm.

Slovak language is the state language on the territory of the Slovak Republic. It has a priority over other languages applied on the whole territory

of the Slovak Republic (Zákon Národnej rady Slovenskej republiky o štátnom jazyku Slovenskej republiky = Act of the National Council of the Slovak Republic on the State Language of the Slovak Republic 1995). It is a language that is codified; i. e., only the standard Slovak language is meant by the state language, which, according to the law, is to be used in precisely, specified areas of public communication, to which mass media also belong. The codification is announced by the Ministry of Culture of the Slovak Republic, which regularly prepares a report on the state of use of the state language in the territory of the Slovak Republic.

The fifth report on the state of use of the state Slovak language from 2020 states the need of society to express itself in a cultivated and understandable way in public space. The state of use of the codified form of Slovak language is assessed as very differentiated and corresponding to the broad and multidimensional social, cultural and spiritual differentiation of contemporary Slovak society as a whole. Complaints of use of non-standard language in the media, which people address to the Council of Broadcasting and Retransmission, most often concern non-standard pronunciation of the soft consonant "l", the use of dialects, vulgarities, Bohemisms and English words.

Many Slovak media developed a well-thought-out system for improving standard language which begins with selection of media workers. For example, in all state media, each candidate must meet the language requirements which form a crucial part in deciding on the admission of an applicant to a position of editor or anchor. State media such as the Slovak Radio and Television (RTVS) and the Press Agency of the Slovak Republic (TASR) also educate their employees in Slovak standard language. Slovak Television implements a system of trainings and courses, which focuses mainly on the practical preparation of editors and anchors for live television broadcasting. Television regularly organizes trainings for news anchors with a language teacher. The culture of speech of TV editors and news anchors is examined by a commission established as an advisory board to the General Director of RTVS. State Slovak Radio focuses education in this area mainly on consultations in language interpretation and the journalistic part of radio articles. Texts can only be broadcast after checking the content and grammatical accuracy of the announcements. In the Press Agency of the Slovak Republic the so-called four-eye system works in the process of preparation and publication of information. So each report passes through language and content proofreaders who are language experts. TASR has also developed an electronic online consultation system on standard Slovak issues. It is TASR's own software, developed especially for the needs of the agency. In addition to online advice, the system publishes deficiencies in the language of press releases that need rectification or correction. Through its specialized service, the Agency has long been publishing series "Spisovná slovenčina" (Standard Slovak) (Fifth Report on the State of the Use of the

State Language in the Slovak Republic 2020: 1, 19-22). Likewise, commercial televisions and radio station with nationwide coverage have language teachers who do practical voice trainings and pay attention to the standard Slovak of anchors and news editors as well. The situation is worse in the print media, where the jobs of language proofreaders are cancelled due to economic measures among the first.

### Conclusion

The personal character of contemporary media communication is also reflected in the language of mass media in which the use of vernacular speech (D. Crystal 2002) and tendency for conversationalization (Fairclough 1995; Kralčák 2008) or informal conversationalization (Škvareninová 2019) increases. These changes in media language do not always go hand in hand with compliance with the rules of the standard Slovak. In the Slovak linguistic environment, the differences between the standard, i. e., codified language and its colloquial variety, especially in central Slovakia, are not very large, in contrast to e. g. the situation in Bohemia (standard Czech versus common Czech, i. e., an informally used interdialectal variety), or in Austria or Switzerland (*schwyzertütsch*, i. e., the Swiss variant of the German language, which represents an almost independent language with respect to the written form of standard German) (Ondrejovič 2008: 223). Despite the eloquence of the standard Slovak language and the current tendencies of mass media language with strong (informal) conversationalization and vernacularization, we consider the mastery of standard Slovak at all levels as one of the basic preconditions that should be met by a professional working in the media. The language of mass media says a lot about the media itself and about the language of its creators - journalists, anchors, editors - and last but not least about the language of the media audience, and of all language users as well.

### References:

- Ammon U.* "Standard variety" // *Sociolinguistics. Volume 1. New York/Berlin, 2004. P. 273-283.*
- Anderson B.* *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism.* London/New York, 2006. 238 pp.
- Androutsopoulos J.* The study of language and space in media discourse // *Language and Space: An International Handbook of Linguistic Variation. Volume I: Theory and Methods, Berlin/New York, 2010. P. 740-758.*
- Bell A.* Language and the Media // *Annual Review of Applied Linguistics, 1995. P. 23-41.*
- Betz R.* *Gesprochensprachliche Elemente in deutschen Zeitungen (=Spoken Language Elements in German Newspapers).* Radolfzell, 2006. 221 pp.
- Böhmrová, A.* Zjavné i menej zjavné prieniky anglických nadslovných javov a štruktúr do súčasnej slovenčiny (=Evident and Less-Evident Communicative Penetration of English Supra-Lexical Phenomena and Structures into Contemporary Slovak) // *Jazykoveda v pohybe (=Linguistics on the*

- Move). Bratislava, 2012. P. 281-292.
- Burger H.* Sprache der Massenmedien (=Language of Mass Media). Berlin/New York, 1990. 388 pp.
- Burger H., Luginbühl M.* Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien (=Media language: An introduction to the Language and Forms of Mass Media Communication). Berlin/Boston, 2014. 532 pp.
- Brusenskaya L.A., Kulikova E.G.* Media linguistics: origins, problems and prospects // Медиаобразование. (=Media Education), 2018. P. 168-183.
- Crystal D.* Broadcasting the nonstandard message // Alternative Histories of English. London, 2002. P. 233-244.
- Fairclough N.* Media Discourse. London, 1995. 214 pp.
- Horecký J., Buzássyová K., Bosák J. et al.* Dynamika slovnej zásoby súčasnej slovenčiny (=Vocabulary Dynamics of Contemporary Slovak). Bratislava, 1989. 436 pp.
- Kralčák, L.* Sociálno-komunikačné aspekty hovorenej podoby slovenčiny v médiách (=Social-communication Aspects of Spoken Slovak in the Media) // Hovorená podoba jazyka v médiách (=Spoken Form of Language in the Media). Nitra, 2008. P. 23-35.
- Luginbühl, M.* Media Linguistics: On Mediality and Culturality // 10plus1: Living Linguistics, 2015. P. 9-26.
- Mlacek, J.* Médiá a jazyk (=Media and Language) // Jazyk a jazykoveda v pohybe (=Language and Linguistics on the Move). Bratislava, 2008. P. 288-296.
- Ondrejovič, S.* Jazyk, veda o jazyku, societa (=Language, Language Science, Society). Bratislava, 2008. 304 pp.
- Piata správa o stave používania štátneho jazyka na území Slovenskej republiky (=Fifth Report on the State of Use of the State Language in the Territory of the Slovak Republic). Bratislava, 2020. 30 pp.
- Rašová D.* Mediálna lingvistika (=Media Linguistics) // Megatrendy a médiá 2017 (=Megatrends and Media 2017). Trnava, 2017. P. 25-32.
- Slančová D.* Praktická štylistika (=Practical Stylistics). Prešov, 1994. 180 pp.
- Šimková M.* Pohyby v slovenskej lexike v 90. rokoch (=Movements in Slovak lexicon in the 1990s) // Internacionalizácia v súčasných slovanských jazykoch: za a proti (=Internationalization in Contemporary Slavic Languages: Pros and Cons). Bratislava, 1999. P. 116-136.
- Škvareninová O.* Komunikácia s médiami a v médiách (=Communication with the Media and in the Media). Trnava, 2019. 124 pp.
- Voigt, M.* Mädchenfreundschaft unter dem Einfluss von Social Media: Eine soziolinguistische Untersuchung (=Girlfriendship Under the Influence of Social Media: A Sociolinguistic Research). Frankfurt am Main, 2015. 461 pp.
- Zákon Národnej rady Slovenskej republiky o štátnom jazyku Slovenskej republiky (=Act of the National Council of the Slovak Republic on the State Language of the Slovak Republic). Bratislava, 1995. 7 pp.

---

*Škvareninová Olga* - senior lecturer, Faculty of Mass Media Communication, University of SS. Cyril and Methodius in Trnava (Trnava, Slovakia), [olga.skvareninova@ucm.sk](mailto:olga.skvareninova@ucm.sk)