

2011

ВЫПУСК 3

**ЭЛЕКТРОННЫЙ
ЖУРНАЛ**

www.discourseanalysis.org

[СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС- АНАЛИЗ]

Лингвистические измерения дискурса

СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ

Выпуск 3, 2011

Электронный журнал

Редакционная коллегия:

Кожемякин Евгений Александрович, д.филол.н., доц. кафедры журналистики и связей с общественностью БелГУ

Переверзев Егор Викторович, к.филол.н., сотрудник управления по международным связям БелГУ

Борисов Сергей Николаевич, к.филол.н., доц.кафедры философии БелГУ

Оберемко Олег Алексеевич, к.соц.н., с.н.с. Института социологии РАН РФ.

Корбут Андрей Михайлович – н.с. Центра проблем развития образования Белорусского государственного университета.

Тягунова Татьяна Васильевна – н.с. Центра проблем развития образования Белорусского государственного университета.

Центр коммуникативных и медийных исследований «Медиаперспектива»
Белгородского государственного университета

Контакты:

dva@bel.ru (Кожемякин Е.А.),

egorpereverzev@gmail.com (Переверзев Е.В.),

SBorisov@bsu.edu.ru (Борисов С.Н.).

Интернет-страница журнала: www.discourseanalysis.org

СОДЕРЖАНИЕ

- ИРИНА ЧУДОВА **НОРМАТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ СМИ:
ИЗУЧЕНИЕ РАДИОДИАЛОГОВ** 4
- ТАТЬЯНА ЧЕРНЫШОВА **АНАЛИЗ ДИСКУРСА КАК ОСНОВА
УСТАНОВЛЕНИЯ АВТОРСТВА СПОРНЫХ ТЕКСТОВ
(ПО МАТЕРИАЛАМ ЛИНГВОЭКСПЕРТНОЙ ПРАКТИКИ)** 25
- МАРИЯ КАЗАК **ДИСКУРСИВНОСТЬ И ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ
ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА** 31
- ПАВЕЛ КАТЫШЕВ, СТАНИСЛАВ ОЛЕНЕВ **ВЛИЯНИЕ СИНТАКТИКИ
ЯЗЫКА НА ЯЗЫКОВУЮ ЛИЧНОСТЬ КАК ПРОБЛЕМА
РИТОРИЧЕСКОЙ КРИТИКИ** 38
- ЛАРА СИНЕЛЬНИКОВА **ДИСКУРС НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ В
МЕСТОИМЕННОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ** 48
- ЕВГЕНИЙ КОЖЕМЯКИН **ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ДИСКУРСОВ** 62
-

ИРИНА ЧУДОВА

dauza@mail.ru

НОРМАТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ СМИ: ИЗУЧЕНИЕ РАДИОДИАЛОГОВ

Проведенное исследование спровоцировано интересом к сложному «пласту» социальной реальности - взаимодействию СМИ и их аудитории. Мнения различных российских и зарубежных исследователей расходятся в вопросах о том, насколько беспристрастен институт СМИ при выполнении своей прямой функции (распространении информации), а также как аудитория воспринимает транслируемую информацию и СМИ в целом.

СМИ вписывают в поле массовой коммуникации (см. прим. 1), определяя последнюю как «передачу массово произведенных сообщений большим анонимным и гетерогенным массам» (Кольцова, 1999: 4), «процесс распространения систематической информации с помощью технических средств (печать, радио, телевидение, кино-, звуко- и видеозапись) на численно большие и рассредоточенные аудитории» (Социологический энциклопедический словарь, 1998: 134). Не вызывает разногласий структура SMK: информация, средства-трансляторы, аудитория. Однако по поводу значения и возможностей SMK как социального феномена - множество версий.

Так, большинство источников выделяют основной функцией SMK - воздействие на аудиторию (Конецкая, 1997), но при этом отмечено, что воздействие во многом зависит от того, насколько информация соответствует запросам потребителей.

В отечественной психолингвистике подчеркивают значимость SMK при оптимизации деятельности общества, осуществлении контакта в процессе формирования группового сознания, осуществлении социального контроля, ибо SMK - плацдарм для актуализации этических и эстетических норм, источник социализации личности (Конецкая, 1997). Американские психологи, помимо прочих, называют SMK криэйторами и реформаторами культурных образцов, способных, впрочем, и сохранять традиции (Кольцова, 1999). Представители радикально настроенной Франкфуртской школы социальной философии настаивают на губительном воздействии медиа на личность, т.к. основное последствие внедрения SMK - распространение стереотипов массовой культуры.

Полагаю, при рассмотрении функций и последствий теории часто рождаются в оценках общих целей деятельности СМИ - стремятся ли они к манипуляциям и навязыванию определенного видения ситуаций и это случается «по факту» или же в первую очередь следуют потребностям аудитории.

Первая точка зрения разработана в т.н. критических теориях общества. Согласно Т.Адорно, СМК представляют человеку мир в качестве «мозаичного, непрерывно обновляющегося набора всевозможных сообщений» (Герин, 2000: 7) и каждая отдельная программа (не говоря об их потоке) есть конгломерат слабо связанных между собой тем; людская склонность к синтезу и целостности мышления не находит своего применения в мире мозаичных «икринок» теле/радиосообщений, а созданный хаос в головах - поле для манипуляций.

Ж. Бодрийяр отводит СМК роль творца искусственных образов, символов и кодов, которые вместе образуют гиперреальность - довлеющий ориентир в социальной жизни. Если учесть, что человеку присуще жить в мире образов, независимо от того, является ли он их автором, допустимо предположение, что искусственные конструкции (т.е. сотворенные извне) способны внедриться в сознание. СМИ предлагают свое видение мира, оно вполне может заместить или, по крайней мере, повлиять на собственное представление индивида. «Образ ситуации может деформироваться превращенными идеологическими формами или культурным программированием.» (Массовая коммуникация в формировании современного социокультурного пространства, 2000: 9). Когда роль самосознания в формировании образа снижена, то в сознание индивида вторгается внешняя информация. Результатом такого рода воздействия внешней среды на сознание критики современных СМК считают стереотипизацию, упрощенное видение мира.

В общем, обоснование того, что медиа преподносят искаженную информацию (с допущением того, что это делается не случайно), тасуя, фильтруя или преобразуя факты, открывает перспективу изучения СМИ с точки зрения их манипулятивного воздействия на массы. Эмпирические работы на эту тему посвящены изучению скрытых намерений владельцев медиа - например, методом контент-анализа выявляют частоту появления в тексте определенных тем, слов в публикациях и в эфире. Часто подобные работы применяют методику Лассвела: определить, что коммуникатор ставит в центре внимания, чтобы добиться определенного эффекта у аудитории (Почепцов, 2001). Также под флагом этих идей анализируют результаты медиа воздействия, опрашивая представителей аудитории и выясняя особенности их восприятия, роли СМИ в их жизни.

В то же время представляется полезным учесть вторую точку зрения - активность аудитории, не ограничивая ее ролью пассивной мишени. Предпринятое далее исследование являет собой попытку сочетания идей медиа-воздействия и участия аудитории в процессе трансляции информации.

Музыкальные радиостанции как объект изучения

Предположение, что влияние масс-медиа можно зафиксировать требует расшифровки: в чем состоит это влияние, как оно осуществляется (приемы и способы), а также каковы его социальные последствия.

Искомый эффект воздействия на аудиторию значимо обнаружить в наиболее спорной для него ситуации, например, если субъект СМИ коммерческого типа, т.е. ориентирован (официально) прежде всего на получение прибыли - значит, на рынке он вынужден следовать желаниям потребителей, чтобы сохранить и приумножить свою востребованность. Интересен также тот случай, когда представитель аудитории может непосредственно принимать участие в коммуникации. Сюда относятся передачи в так называемом интерактивном режиме, когда зритель или слушатель публично ведет переговоры с «агентами» СМК. Это дает возможность проследить воздействие в процессе взаимодействия - проверить его наличие и способы осуществления в случае со СМИ.

Оба эти параметра выражены в случае такой разновидности СМК, как музыкальные радиостанции, на которых мне показалось уместным сфокусировать внимание, помимо того, в силу их популярности и легкодоступности. Музыкальные радиостанции вещают в диапазоне FM/УКВ, т.е. их могут слушать все, кто имеет радиоприемник (кроме сетевых) и магнитола (см. прим. 2). Примечательно, что эфир такого радио составляет звуковое обрамление сегодняшнего города, его встречаешь в транспорте, в переходах, магазинах, на улице, так что к ряду почитателей музыкального радио добавляется множество случайных или вынужденных слушателей.

Основной компонент радио такого рода - российская и зарубежная популярная музыка, а центральной фигурой эфира можно назвать ведущего или диджея (в зависимости от стиля станции или программы эти две фигуры сменяют друг друга). После двух-трех композиций «фигура», как правило, дает какие-либо комментарии; причем поведение ведущего и диджея неодинаковы - первый лаконичен и информативен, объявляет время, название станции и следующих музыкальных номеров, реплики второго зачастую более пространны («Как хороша нынче погода, так и хочется сидеть на солнышке и шептать в ушко какой-нибудь красотке...» - из утреннего эфира «Радио 2», 17 апреля (см. прим. 3); «Да, дорогие друзья, жить надо жарко, о чем только что нам поведала Линда в своей песне «Мало огня»» - радио «Юнитон», 23 апреля), они также могут носить характер анонса, но преподносятся в игривой форме (стиль условно именуется в среде диджеев «обалдуйчию»).

Отдельно нужно выделить следующее: ежедневно по 2-3 часа здесь идут программы, где у слушателя есть возможность дозвониться в студию, попасть в прямой эфир и вступить в диалог с диджеем - это случается во время радиоигр или программ по заявкам. Участнику игр предлагается ответить на вопрос-викторину, спеть, пошутить и т.п., а абонент, вышедший на связь в программе по заявкам, имеет возможность поздравить, передать приветы и заказать песню на свой выбор (см. прим. 4). Обыкновенно в ходе этих интеракций между диджеем и слушателем-абонентом состоится микробеседа, которая интересна тем, что слушатель фактически участвует в конструировании смыслового пространства эфира. В течение примерно пяти-десяти минут слушатель может проявить себя вербально «на весь город», выбирая категории дискурса или тему. Далее приведен пример разговора из программы по заявкам «Экспресс

поздравлений», радио «Юнитон», Новосибирск («Д» - помечены реплики диджея, «А» - реплики абонента).

Д// Кто-то дернет стоп-кран и прямо сейчас остановит этот самый «Экспресс поздравлений» и еще один телефонный звонок....

Сейчас узнаем, кто же, кто же рванул стоп-кран. Добрый вечер.

Д// Добрый вечер, Алексей, меня зовут Олег.

Д// Олег, очень приятно. Ну расскажите для чего Вы это сделали?

Д// Я.. хочу.. признаться в любви одной девушке, (0.1) ее зовут Евгения..

Д// Это вот такой повод?

Д// ..и поздравить ее с масленицей.

Д// Ага, вот это уже да, вот поздравить с масленицей принимается, а в любви признаваться, знаете, можно хоть каждый день!

Д//...хоть каждый.

Д// Да не можно, а нужно даже, я бы так сказал.

Д//..да..

Д// Хорошо, Евгения, слушайте - Олег только для вас исключительно:

Д// (0.1)Женечка, а..(0.2), я тебя люблю.

Д// Красиво...Ха-ха..(0.1)

В этой стандартной для радиоэфира ситуации наглядно обнаруживается встреча двух сторон, двух видений реальности, и они разнятся прежде всего по неравности положений собеседников: реплики слушателя спонтанны и соотносятся с его личным мнением о предмете беседы и нормативными представлениями о том, как должно вести себя, тогда как дискурс диджея, очевидно, ограничен нормативными канонами станции. «Есть в речи какой-то коридор, за который если ты выходишь, то тебе объясняют, что ты делаешь неправильно» (диджей радио «Шансон/Мир»); «..программный директор, он следит за чистотой эфира, как/ что говоришь, потом тебе если что делает выговор...» (муз.ведущий «Радио Сибири»).

Далее, чтобы анализировать ситуацию, необходимо понять, насколько формализована речь диджея, а для того познакомиться с т.н. кухней, с организацией работы на радио (см. прим. 5).

Для набора людей на вакансию диджея критерии станций в общем-то схожи: требуется «грамотная подача в эфире», ее обеспечивает коммуникабельность, положительная настроенность по отношению к людям, желательно высшее образование, из природных данных - важен приятный голос. Обладатель этих качеств проходит, как правило, «техническую» подготовку - его обучают интонированию, тренируют дикцию и правильную грамматически речь, а также объясняют механизм ведения эфира, т.е. как и какие композиции ставить - для регламентации музыкальной части на станциях обычно существуют «плей-листы» на каждый час, где содержится список песен, соблюдать который нужно согласно указанной последовательности, - информируют о продолжительности его реплик в эфире и о частоте повторения рекламных слоганов и джинглов.

Также перед первым выходом в эфир диджей знает приблизительно, каков стиль его станции: какая эмоциональность речи приемлема («Объясняют - нужно чтобы подача была, мне это не очень понятно, это значит, видимо, что ты не будешь там развеселый такой весь, нужно более сдержанную интонацию держать», из инт. №2) и кто его потенциальный слушатель (об этом информирует также название и слоган станции, напр., «Русское радио» слушает тот, кто испытывает негативные ощущения к западной музыке, «Ностальжи» - тот, кто в том возрасте, когда ностальгируют..», из инт.№2) - обычно дают информацию по возрасту и профессии слушателя. Значимо, что рекомендации по содержанию реплик и возможных тем отсутствуют (по крайней мере на некоторых местных станциях) и диджей догадывается интуитивно, о чем и как можно говорить. Если интуиция подводит, «ошибешься в эфире, приходит мрачный программный директор или редактор, говорит тебе, что ты кругом не прав и все расходятся...» (инт. №1); «..по своему опыту знаю, что слишком пошлое нельзя говорить, рамки морали, ну и политические - очень тут аккуратно нужно говорить...» (инт. №2).

Итак, музыку планируют и прописывают заранее, что говорит в пользу наличия некой концепции станции. Очевидно, детерминантами при отборе композиций являются каноны жанра (напр., было задумано вещать только музыку в стиле рок или поп) и ориентация на определенную группу аудитории и их вкус. Именно в музыкальном плане довольно существенны отличия сегодня между станциями (для контрастного сопоставления - радио «Шансон», «Классика» и «Европа +»).

Гораздо менее прописана, как обнаружилось, вербальная часть эфира, но именно с помощью речи радио состоятельно как источник распространения особых норм, как самостоятельный интерпретатор событий. Интересно, что отсутствие жесткого формата в этом отношении ведет к схожести контента дискурса разных станций:

а) «Дорогая, любимая, бросила его, кинула, плачет «Ляпис Трубецкой» в нашем эфире, Вот прям я уж стишками заговорила... ничего, дорогие мои, уверяю вас, поплачет Ляпис, а завтра новую кралю найдет...» («Русское радио», Новосибирск, март 2001);

б) «Вот так всегда: мечтанья, встречи, а потом разлуки..ничто не вечно, любовь проходит, гаснет, а на горизонте, глядишь, уже загорается новая. И это нормально и по-своему здорово. Оставайтесь с нами, дорогие друзья, и удача в любви вам гарантирована» («Наше радио», Новосибирск, май 2001).

Содержание сообщений/фраз, которые диджей произносят в эфире разных станций, непротиворечивы, по-своему концептуальны, а общий жанровый ориентир, видимо, сама культура «диджейства».

По происхождению эта культура западная - в США и странах Западной Европы музыкальное радио появилось в конце 40-х годов. Специальные ведущие - диск-жокеи (сокращенно диджей) ставили в эфире диски и заполняли паузы между песнями шуточной болтовней. Первая похожая станция в России «Европа+» открылась в апреле 1990года при сотрудничестве с Жоржем Полински, президентом холдинга «Европа + Франция», и эфир создавался во

французских традициях, заимствовались нормативные, стилистические каноны, в т.ч. манера саморепрезентации в эфире. «... «Европа +» когда появилась, все обратили внимание, что диджеи разговаривают на английском языке русскими словами, т.е. они говорят быстро с определенными интонациями, не характерными для нашего языка» (из инт.№1).

Надо полагать, российские ведущие копируют не только форму, но и содержание реплик, в связи с чем в эфире зазвучали призывы почаще расслабляться и отдыхать (в пику советскому культу труда), заниматься сексом и т.д. Появившиеся после «Европы+» станции могли существенно отличаться в музыкальном плане, но вербальная часть, не будучи специально формализованной, воспроизводилась (что продолжается) в «европейской» манере.

Примерно описав организацию работы радио и определив, какой запас предписаний и ориентиров имеет диджей, возможно теперь сформулировать, в чем состоит и как может проявляться нормативность воздействия на аудиторию. Те несколько предложений, которые произносит диджей в эфире между композициями, своеобразны, во-первых, по форме - скорость речи, интонации, длина предложений, - т.е. транслируются нормы общения.

Во-вторых, специфично содержание реплик. Поскольку круг тем почти не ограничен, диджей волен излагать свое отношение, оценивать и давать советы по самому разному поводу - прокламируются определенные принципы, сценарии того, как должно действовать/ что думать в той или иной ситуации, значит, транслируются также нормы поведения в целом.

В диалоге программы по заявкам слушатель подвергается воздействию «в прямом эфире»:

(фрагмент разговора на радио «Европа+», Москва, март, 2001)

Д/ / ..а погода как Вас, радует, огорчает?..Вот мне интересно знать. Вы из Москвы, кстати, Ань?

А/ / ..погода..не знаю, потому что я мало выхожу из дому.

Д/ / Да?

А/ / ..сизу, делаю уроки, слушаю вашу «Европу+»..

Д/ / Ха! «Эту вашу»! Ань, а что, много задают, что вот не получается..выйти из четырех стен?

А/ / Ну..в принципе, да.

Д/ / А не пробовали махнуть на все так рукой...так:а-а!..Этот способ спасает от многих проблем. Главное, только руку повыше задрать.. и так делать почаще надо!

Стоит оговорить, что нормы, прокламируемые диджеями в радиодискурсе, могут быть созвучны ценностным ориентирам, становящимся в культуре и общественном сознании, тогда радио не выступает источником внедрения уникальных норм и установок, а лишь убыстряет и подкрепляет процесс распространения культурной информации. О том, что нормы не приняты повсеместно, свидетельствует «сопротивление» представителей аудитории, их возражения на рекомендации, которые диджей дает во время диалога в прямом эфире:

(из диалога на радио «Европа+», Новосибирск, февраль 2001)

Д// .. ну ладно, хорошо, еще кому приветы?

А// Ну хочу поздравить с наступающим праздником наш отдел, это в центре ГОВД, всех сотрудников, пожелать им здоровья, удачи (0.1)..

Д// Вас завтра будет женская половина прекрасная поздравлять?

А// Да, в девять утра.

Д// В девять утра! Оо, ничего себе..(0.2) С самого утра начнете, да? Хм-хм..

А// Ну, поздравят, а там посмотрим, как работа - будет работа..

Д// Понятно, какая там работа уже после поздравлений! Никакой работы.

А// Ну не знаю, кому как.

Д// Сплошной праздник. (0.2)

А// Ну.. я так думаю,..что без работы и праздник не в радость.

Д// Ну какой же вы серьезный, Дмитрий, с ума можно сойти!

Ключевым предположением данного исследования можно считать идею о том, что во взаимодействии между диджеем и слушателем создаются и поддерживаются социальные нормы, которые транслируются при этом на достаточно большие аудитории. В исследовании предполагается подробно рассмотреть способы ведения беседы в эфире, приемы, которые диджей может использовать в «живом» взаимодействии для регуляции поведения абонента и внедрения норм в сознание слушателей.

Радиодialog: структурное видение

Руководствуясь проблемой описания способов воспроизводства норм в дискурсе, я сочла разумным прибегнуть к концептам этнометодологии, известной своим вниманием к процессу «развертывания» социального действия в повседневности, к элементарным способам и средствам, используемым людьми для конституирования социальной структуры и утверждения несомненности повседневного мира. Принципиальная позиция этнометодологов: бесконечно малый обмен в социальных отношениях может иметь ощутимое воздействие на социальную систему - а потому объектом исследования должны быть «конкретные события актуального каждодневного взаимодействия» (Boden, 1990: 10). Кроме того, для проведения моего исследования значимо использование положения о том, что в самом действии содержится его объяснение - в нем возможно обнаружить, что актер имеет ввиду своим действием, а также какое значение, новый смысловой и сюжетный оттенок обретает ситуация в общем.

Осуществлению повседневной интеракции, на взгляд этнометодолога, способствует особая установка мышления индивида - «естественная», обеспечивающая способность к «истолкованию мира на запасе прошлого опыта и приобретенного у других» (Абельс, 1999: 1); установка усваивается в процессе социализации, когда обретается запас знаний с рецептами действий в определенных ситуациях и далее при повторении известных образцов в действиях закрепляется в ритуалах. Интерпретация происходящего в индивидуальном сознании носит ретроспективно-перспективный характер и применяется в каждой новой ситуации взаимодействия, когда индивид на

основе имеющегося опыта стремится типизировать ее и строит прогноз относительно дальнейшего ее развития. При этом участники предполагают существование некоего общеочевидного знания (common-sense knowledge), куда входят и нормы - общественно одобряемые способы поведения. Пересмотр общего запаса знания и интроспекция нового опыта производится в случае возникновения проблем во взаимодействии.

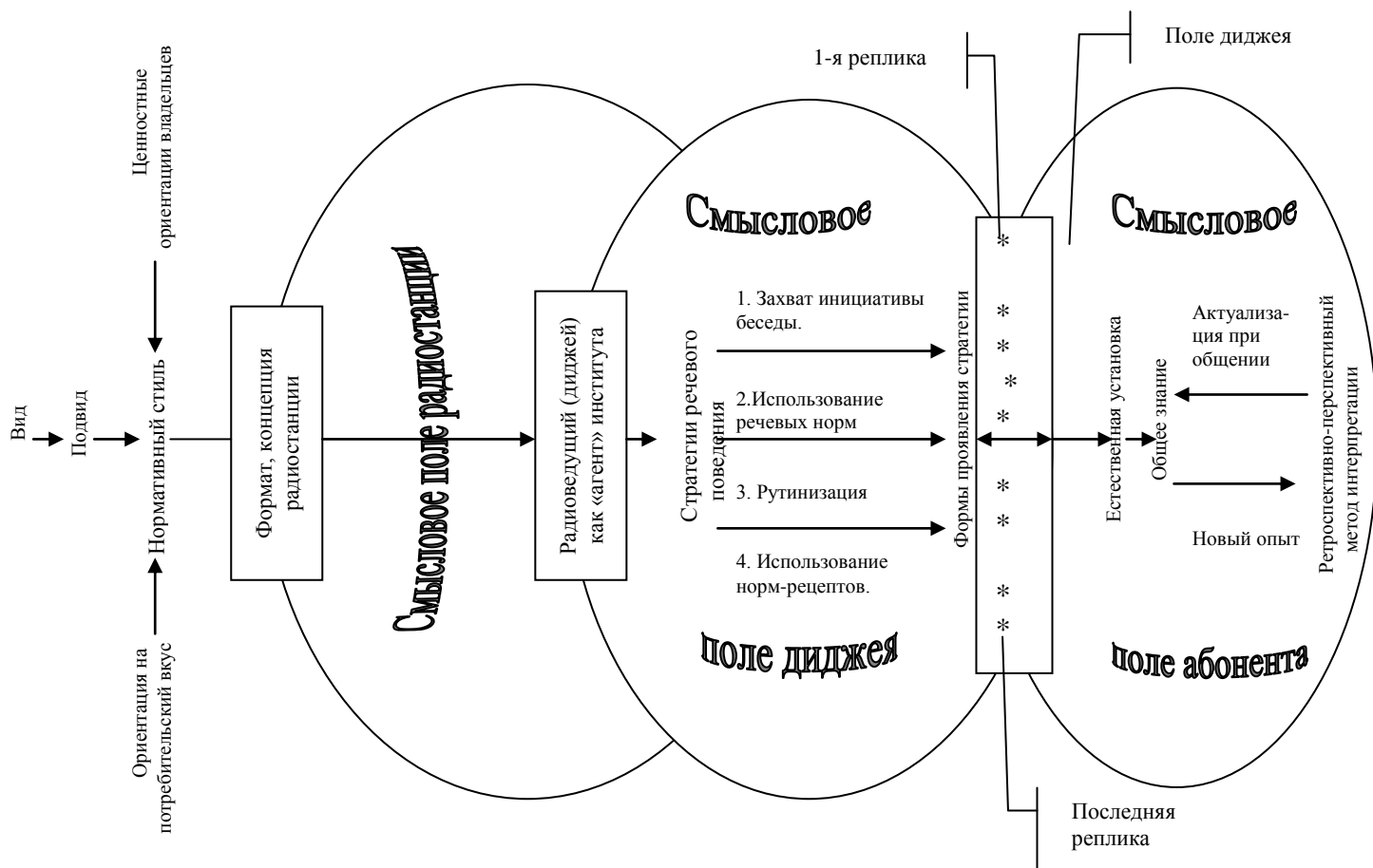
Упомянутые элементы индивидуальной интерпретации применимы в моем случае при анализе действий слушателя, дозвонившегося с целью беседы на радио, потому что в такой ситуации он выступает как «повседневный» собеседник, имеющий определенный нормативный набор – багаж знаний для осуществления беседы, примерную стратегию поведения, которая в случае неудачи может быть пересмотрена и изменена.

Однако иным знанием обладает и по-иному будет вести себя второй участник разговора - диджей, институциональный агент СМИ, действия которого ограничены «концепцией» его радиостанции, более того, направлены на воспроизведение дискурса в некотором нормативном формате. Для последнего он берет на себя доминирующую роль в беседе и направляет ее в требуемое форматом русло (при том, как выяснилось ранее, вербальному формату диджеи следуют интуитивно, соблюдая традиции жанра «диджейства»), стараясь управлять реакциями и высказываниями собеседника. Можно предположить, что нормы, задаваемые ди-джем в процессе дискурса, сходны с правилами игры, которые вынужден соблюдать попавший в эфир слушатель и не более, однако, вероятно также, что он впоследствии станет воспроизводить эти правила вне эфира. Выяснение этого - задача для другого исследования.

Для анализа дискурса удобно использовать метод анализа разговоров (conversation analysis, далее в тексте - СА), идейным источником которого считают этнометодологию. СА - это анализ вербальных и невербальных составляющих диалогов, где главным в рассмотрении становится способ осуществления, а не причинность действия. В каждой реплике говорящий, согласно СА, проявляет свое понимание ситуации, и смысловой сюжет творится собеседниками совместно. Заимствовать понятийный аппарат СА при изучении масс-медиа - значит признать, что в процессе нормативного воздействия значимо взаимодействие на микроуровне двоих - СМИ и потребителя. В беседе участвует, с одной стороны, агент института СМИ и использует свои приемы нормативного давления и, с другой стороны, собеседник с его готовностью или не готовностью воспринимать нормы. Способ ведения ведущим эфирных бесед (это предмет исследования) таков, что способствует следованию нормам, прокламируемым его радиостанцией.

Сообразно выбранному методу анализа, общее намерение исследования – изучение общих способов проявления вербальной стратегии диджея в рамках конструирования пространства дискурса, описание форм и содержания стратегических приемов.

Далее прилагается визуальная схема объекта изучения.



Центральные элементы схемы: смысловые поля радиоведущего (в эфире музыкальных коммерческих радиостанций именуемого диджеем) и абонента. Под смысловым полем понимается совокупность ценностно-нормативных установок, средоточие представлений о среде и ее объектах в целом, а также отношений к ним. Стоит отметить, что в поле содержится представление равно о содержании и о вариации его форм: о том, что должно/может происходить и о том, как оно должно/может произойти.

Это абстрактное «поле» необходимо конкретизировать в моем случае, чтобы обозначить границы (и их относительную проницаемость) субъективных пространств в процессе взаимодействия, а также сопоставимость субъективных вкладов в общение. Субъекты взаимодействия - радиостанция, диджей и абонент-слушатель.

Смысловое поле радиостанции содержательно отображает во взаимодействии понятие «формат» или концепцию той или иной радиостанции. В обиходе станции к слову «формат» апеллируют для обозначения музыкальных и лексических ограничений, что свидетельствует в пользу наличия некоторого лимитированного пространства. Музыка и дискурс, находящиеся внутри пространства, т.е. звучащие на данном радио,

удовлетворяют неким нормативным параметрам, а последние увязываются в общую концепцию эфирного действия. Нормативный стиль - общее русло жанра эфирной продукции, еще не спаянные концептуальным единством нормативные предписания. Стиль радиостанции определен, очевидно, тремя параметрами:

а) подвидом СМИ - относительно права собственности на него и типа организации (коммерческое/некоммерческое) и преобладающего типа поставляемой информации (новостийное/обучающее/развлекательное и т.д.). В моей работе, согласно этой типологии, рассмотрены частные музыкальные коммерческие радиостанции;

б) ценностными ориентациями владельцев данного СМИ, которые могут «нагружать» эфир своей интерпретацией информации;

в) ориентацией на потребительский вкус с тем, чтобы обеспечить должный спрос на производимый «культурный» продукт.

Смысловое поле диджея, как видно из схемы, не полностью совпадает с полем радио, поскольку спектр его личных представлений о среде и ее объектах может быть отличен (но незначительно, что значимо при взаимодействии со слушателями) от концепции, которая должна воспроизводиться в эфире. «Агент» института может транслировать смысловое поле радио, но при этом обязательно вносит некоторые поправки от себя. Во время интеракции с абонентом диджей применяет определенную стратегию речевого поведения - набор коммуникативных приемов для актуализации смыслового поля радио. Среди приемов можно выделить основные, на мой взгляд, принципиально важные в радиобеседе:

- захват инициативы беседы - прием, с помощью которого говорящий утверждает свою доминирующую роль в разговоре;

- использование речевых норм - употребление привычных форм для осуществления беседы, следование стандартам диалога (сюда относятся общезначимые правила, что за вопросом следует ответ, что реплики должны следовать поочередно и т.д.);

- рутинизация (от сл. рутина) - прием, касающийся содержательной стороны формы, состоит в регулярном воспроизведении в беседе названий, имен, способов действий, известных и понятных широкой аудитории;

- использование содержательных норм- рецептов - употребление в речи призывов, советов, высказывание мнений и отношений к объектам и их действиям, упоминаемым в беседе, и субъектам и их действиям, участвующих в беседе.

Эти приемы помогают осуществить вклад диджея в конструирование пространства дискурса - частное смысловое поле, образованное пересечением «полей» диджея и абонента и воспроизводимое вербально в форме диалога в эфире. Данное пространство - продукт интеракции, и образуется цепочкой реплик. На нем предполагается сконцентрировать внимание как на место осуществления предмета исследования: именно в рамках (и с помощью) дискурса в эфире способно осуществиться искомое нормативное воздействие на слушателя.

Слушатель выступает как соавтор пространства дискурса, поэтому при анализе беседы также важно его смысловое поле. Надо сказать, что при структурировании слушательского поля я заимствовала ряд этнометодологических представлений:

- естественная установка мышления - «истолкование мира, основанное на собственном опыте и готовность усваивать опыт других» (Абельс). Значимо, что эта установка способствует открытости восприятия мнений других и при этом учитывать свое.

- общее знание (common-sense knowledge) - предположение участника взаимодействия о том, что «есть вещи, известные каждому», включая общественно одобряемые способы поведения. Можно сказать, что это представление индивида о том, что считается нормой.

- ретроспективно-перспективный метод интерпретации - свойственный человеческому разуму тип мышления, применяется при общей интерпретации ситуации, состоящий в том, что на основании прошлого опыта индивид формирует схему ожиданий действий, которые наступят в будущем.

Гипотетически при «умелой» организации дискурса в эфире нормативная информация в качестве нового опыта проникает в общее знание индивида, что отразится на его ожиданиях и поведении в будущем. При этом не суть важно, произойдет ли интериоризация норм и ценностей, прокламируемых в эфире радио (для выяснения этого пришлось бы изучать поведение абонента вне эфира), важно, что в последующих опытах радиопереговоров слушатель будет иметь в виду и использовать усвоенные нормы - правила игры в эфире.

Анализ радиодialogов

Пространство дискурса, очевидно, может быть описано только при учете таких малых его структур, как длина и последовательность реплик и слов в них, содержание отдельных фраз и вариации тем и т.д. Conversational analysis (CA) в данном случае лучше всего способен расчлнить поле дискурса на атомы, проследить, как оно конструируется из цепочек слов, охватив как формальный, так и содержательный пласты беседы. Дополнительный плюс CA - в возможности уловить специфику проявления элементов стратегии диджея, поскольку наряду с общеиспользуемыми приемами в каждой беседе задействуются ситуативно сформированные, спонтанные способы перехватить инициативу, упомянуть нормы-рецепты и т.д.

Для применения CA - анализа транскрибированных dialogов - используем инструкцию, примерный алгоритм действий и акцентов для аналитика. При составлении схемы были учтены рекомендации G. Jefferson (Pomerantz, Fehr, 1997: 71-74).

СХЕМА АНАЛИЗА ДИАЛОГА

1) разбиение dialogа на тематически отдельные фрагменты, обоснование разбиения (упомявая содержание тем беседы и циклы действий);

2) анализ действий, осуществляемых говорящими посредством реплик в данном фрагменте: двоякое рассмотрение - как реакция на предыдущее действие партнера и как формирование его будущей реакции;

3) на основе анализа действий (п.2) составление сводного представления о стратегии собеседников: стремление участников беседы повлиять на дальнейший ее ход (тем определяя степень участия в конструировании поля дискурса) и приемы для захвата инициативы беседы;

4) анализ беседы в рамках фрагмента с точки зрения общеизвестности употребляемых речевых норм, включает рассмотрение формы беседы, взаимности и речевых средств; функциональность использования данных речевых норм для осуществления стратегии деятеля;

5) определение степени «рутинности» категорий в беседе (субъектов, объектов, актов) и участника разговора, провоцирующего «рутинность»;

6) рассмотрение содержания реплик с учетом возможности нормативного воздействия одной из сторон (и сопротивления оному), выявление содержания тем, предмета разговора и отношения (мнений и оценок) к нему собеседников;

7) объединение фрагментов и общее описание поля дискурса с выявлением наиболее значимых при его актуализации тем, действий/приемов.

По обозначенной схеме автор исследования предполагает рассматривать радиобеседы - те из них, что содержат обсуждение не менее трех тем (т.к. первые две темы заданы правилами программы по заявкам: абонент называет свое имя и поздравляет/передает привет, абонент выбирает и заказывает песню), т.е. более разнообразные в плане содержания и приемов. Ниже в качестве иллюстрации приведен анализ одного из диалогов, состоявшийся в эфире радио «Юнитон» 7 мая 2001г. В 21:40/

[Условные обозначения: Д// - реплики диджея, А// - реплики абонента;
(0.2) – пауза длиной в две секунды;
«...» - пауза длиной менее секунды]

Д//..это музыкальный «Экспресс» на радио «Юнитон», мы продолжаем, говорим по телефону 525151..Але-але!

А// ало..

Д// здравствуйте.

А// здравствуйте.

Д// как Вас зовут?

А// Оля.

Д// (0.1)Оля, очень приятно.(0.1)Ну что, Оля, почему звонили,.. рассказывайте.

А// да так позвонила.. передать приветы.. своим друзьям. (0.2)- это в особенности Асе (0.1) – не знаю, слышит она меня сейчас или нет(0.2),- Маше, Насте, Нине (0.1)также своей сестре.. Ире и.. ее парню Максиму ..и конечно Вам большой привет.

Д// Спасибо, Ольга.Как день прошел?

А// Ну.. хорошо, обычно..

Д// Обычно?!

А// да..

Д// ..а погода такая жаркая никак не способствует... изменению положительному?

А// нет, почему, наоборот, радостное настроение такое.. что хоть потеплее ..вообще жарко..

Д// вот-вот! А то у Вас голос такой, как будто Вы устали, как будто у Вас сегодня такой насыщенный график был...(0.1)

А// ..хм! да нет..

Д// ...что к вечеру решили передохнуть. Все нормально, да?

А// ..да..

Д// ..и радости в меру, и отдохнуть к вечеру тоже в меру..

А// ..да и праздники скоро.

Д// II праздники скоро! Вот! Чувствуется уже такое.. ха-ха.. предвкушение в голосе легкое, это уже хорошо! Ольга, песню какую послушаем?

А// (0.1) «Файв» «Кип он мувинг».

Д// хорошо, будет у нас «Файв», «Экспресс» продолжается, звоните..

Беседу можно разбить на три смысловых фрагмента: 1\ приветствие, знакомство и поздравления (приветы) абонента его знакомым, 2\ обсуждение настроения, самочувствия абонента и поводов к именно такому состоянию, 3\ выбор песни абонентом и прощание. Охарактеризуем теперь действия последовательно в каждой выделенной части –

1\

<u>вербальное действие</u>	<u>характеристика действия</u>
Д// ..это музыкальный «Экспресс» на радио «Юнитон», мы продолжаем, говорим по телефону 525151..Але-але!	Д идентифицирует название и координаты станции и дает сигнал к началу тел. переговоров
А// алло..	А выражает готовность начать тел. переговоры
Д// здравствуйте.	Д конкретизирует начало: приветствует А
А// здравствуйте.	А отвечает сходным приветствием
Д// как Вас зовут?	Д запрашивает идентификацию А
А// Оля.	А называет свое имя
Д// (0.1)Оля, очень приятно.(0.1).Ну что, Оля, почему позвонили,.. рассказывайте.	Д проявляет вежливость, поощряя идентификацию и интересуется поводом к звонку = запрашивает поздравления и приветы со стороны А (можно обозначить как смену темы внутри фрагмента)
А// да так позвонила.. передать приветы.. своим друзьям. (0.2)- это в особенности Асе (0.1) – не знаю, слышит она меня сейчас или нет(0.2),- Маше, Насте, Нине (0.1)также своей сестре.. Ире и.. ее парню Максиму ..и конечно Вам большой привет.	А рассказывает о цели звонка: дает идентификации друзей и родственников и обращается к диджею как агенту станции, адресуя тем ей свое внимание
Д// Спасибо, Ольга. Как день прошел?	Д благодарит и идентифицирует А. Д меняет тему

Заметно, что высказывания абонента ориентированы на предыдущую реплику-запрос диджея и сами не содержат вопроса или иной посторонней информации, это более или менее распространенный ответ строго «по делу». А в каждой реплике диджея – довольно конкретный призыв к новой реакции партнера; в общем, диджея, задающего вопросы в рамках одной темы и при переходе к другой, можно назвать направляющим в тематическом фарватере

беседы. Однако последняя лидирующая по длине реплика, где абонент развивает тему, вводит категории –идентификации субъектов, обнаруживает существенность также вербального вклада абонента в конструирование поля дискурса.

Можно сказать, что стратегия диджея – контроль переговоров, но не жесткий, т.к. диджей ждет от партнера развития темы (чему способствует диалоговая форма беседы) для чего иногда дает косвенные просьбы (см. предпоследняя реплика фрагмента), фактически возможность «высказаться» и не перебивает абонента до конца фразы. Правда, первые ответные реплики собеседника-абонента в данном примере настолько лаконичны, что сами вынуждают диджея захватить инициативу, чтобы беседа состоялась (абонент заведомо отдает ведущую роль диджею).

Среди приемов, отражающих и воспроизводящих позицию диджея, – адресность в речи: неоднократное обращение к абоненту по имени, добавляющее в беседу, видимо, конкретности и в то же время рутинности субъекта (Оля – распространенное, «любое» имя) в противовес абстрактному обращению к агенту института радио (в речи абонента звучит: «хочу передать привет Вам», что может означать, что диджей в понимании абонента репрезентирует всю станцию, также это можно понять как подспудное подчеркивание неравности положений). Рутинна и речь абонента: он упоминает известные имена знакомых, не вызывая стремления диджея к дальнейшей рутинизации- уточнению (нет запроса на дальнейшее описание названных субъектов), ибо тот меняет тему в следующей реплике.

Особых содержательных нормативных позиций, обнаруживающих эмоциональное отношение к тому или иному явлению, не встречено, за исключением подкрепления (в форме вежливого одобрения диджея) внимания к станции – в последней реплике фрагмента.

Существенно, что в этом небольшом вступительном дискурсе уже произошел обмен намерениями, обозначились стратегии собеседников: направляющая, но не жесткая манера диджея и лаконичная, стремящаяся избежать диссонанса в конструирующемся пространстве разговора манера абонента.

2\

<i>вербальное действие</i>	<i>характеристика действия</i>
Д// Спасибо, Ольга. Как день прошел?	Д вводит тему беседы, интересуется оценкой дня А
А// Ну.. хорошо, обычно..	А дает оценку – две характеристики
Д// Обычно?!	Д удивлен одной из характеристик: ожидание, что А объяснит или изменит формулировку
А// да.	А подтверждает характеристику
Д// ..а погода такая жаркая никак не способствует... изменению положительному?	Д апеллирует к внешним воздействиям как факторам изменения оценки дня А
А// нет, почему, наоборот, радостное настроение такое .. что хоть потеплее (0.1) ..вообще жарко...	А вводит новый параметр оценки дня – настроение и тем подтверждает значимость внешних факторов (т.е. значимость мнения Д)
Д// вот-вот! А то у Вас голос такой, как будто Вы устали, как будто у Вас сегодня такой насыщенный график был..	Д принимает сигнал-признание собственной правоты и пытается объяснить (косвенно спрашивая А) резоны неправильной оценки дня А

А// ..хм! да нет.	А отрицает резоны.
Д//...что к вечеру решили передохнуть. Все нормально, да?	Д игнорирует реплику А, обобщает, задавая вопрос-утверждение о нынешнем благополучии А
А//..да..	А подтверждает уверенность Д
Д//..и радости в меру, и отдохнуть к вечеру тоже в меру..	Д описывает резоны благополучия А
А//..да и праздники скоро	А подтверждает мнение Д и дополняет спектр резонов
Д// И праздники скоро! Вот!! Чувствуется уже такое.. ха-ха .. предвкушение в голосе легкое, это уже хорошо! Ольга, песню какую послушаем?	Д эмоционально выражает согласие с мнением А и , комментирует внешние проявления (голос) А как подтверждение названного А резона, одобряет состояние А; Д меняет тему.

Это наиболее красочный фрагмент беседы – многообразие приемов и предметов разговора. В первой реплике своеобразный нонсенс: отход от функциональной монотонности программы по заявкам, диджей предлагает тему, напрямую не связанную с официальными процедурами (идентификация—поздравления и приветы—музыкальная заявка). Смысловой сюжет дискурса включает несколько центральных категорий: общая оценка дня, погода, настроение, радость-отдых- праздники; развитие происходит с момента запроса диджеем охарактеризовать день в целом, на что дается не удовлетворяющий диджея ответ (день назван обычным), в связи с чем он озвучивает корреляцию таких категорий как погода и оценка дня, абонент вводит синонимичную первой категорию «настроение» и постулирует его зависимость от погоды, далее диджей констатирует общее благополучное состояние (выход на эту смысловую категорию через вопрос «Все нормально, да?»), объединяя в нем и оценку дня и настроение, в связи с посетившей радостью, отдыхом и предвкушением праздников.

Ситуативные нормы-рецепты отсюда: день должен быть признан хорошим, а не обычным, особенно если хорошая погода («жаркая»), с улучшением погоды улучшается настроение; состояние «все нормально» возникает от баланса радости и отдыха в течение дня (грубо говоря, днем надо отдыхать и радоваться); хорошо ждать и предвкушать праздники, которые тоже повышают настроение.

Чтобы определить инициатора воспроизводства этих норм, рассмотрим форму их подачи. Категории собеседники вводят совместно, но по объему фраз лидирует диджей, который к тому же ведет диалог – формулирует новые вопросы, оценивает предыдущие реплики абонента (ступенчатая форма беседы). Примечательно, что вопросы и суждения диджея провоцирующие, тенденциозные («..у Вас голос такой, как будто Вы устали, как будто у Вас сегодня такой насыщенный график был..», «Все нормально, да?») – это подтверждает его заинтересованность в произнесении определенных ответов на его запросы и не выходит за рамки намеченной стратегии – ненавязчивого контролера, оставляющего некоторую степень свободы (а тенденциозность подачи позволяет говорить только о видимости свободы, о манипулировании).

Эмоциональность реакций диджея – судим о ней по возгласам, смешкам, - придает дополнительную силу и без того значимым для абонента в ситуации

этой беседы оценкам его реплик и обнаруживает соответствие или диссонанс фраз абонента с форматом эфира. Поскольку контроль неявный, нет жесткой критики реплики абонента, вместо нее – удивление (см. третью реплику фрагмента). Зато гиперактивно выражается одобрение той или иной фразы («воот!!», «вот-вот!» и т.д.), стимулируя абонента к дальнейшему «правильному» поведению.

К тому же содержание происходящего можно трактовать как еще одно проявление скрытого воздействия со стороны диджея: попытке эмоционального регулирования, изменения настроения абонента в лучшую сторону при пересмотре проведенного дня сквозь призму приятной погоды и надвигающихся празднований. В общем, фрагмент иллюстрирует, как в рамках оформившегося в предыдущей части дискурса расклада позиций/стратегий собеседников осуществляется вербальное описание реальности и как стратегия одного участника способствует коррекции мнений другого.

3\

<i>вербальное действие</i>	<i>характеристика действия</i>
Д/...Ольга, песню какую послушаем?	Д интересуется выбором песни А
А/... (0.1) «Файв» «Кип он мувин».	А идентифицирует песню
Д/ хорошо, будет у нас «Файв»,	Д обещает выполнить заказ;
«Экспресс» продолжается, звоните..	Д обращается к аудитории, дает идентификацию программы.

Последний повод дискурса – оповещение о выборе песни абонентом. При этом поворот к новой теме диджей осуществляет произвольно, вновь «рутинно» обращаясь к абоненту по имени (тем, возможно, возвращая его в рамки официальных правил-рутин). Далее довольно резкое (без прощаний) завершение беседы по инициативе диджея, который оставляет поле – конструкцию их беседы – и обращается с заявлением к широкой аудитории, где опять же происходит укрепление видимости рутинности происходящего за счет очередной идентификации программы. Упомянув название программы и станции в начале и конце диалога, диджей утверждает непрерывность потока дискурсов в эфире.

Результаты анализа: комплекс изучаемых признаков

В качестве результатов в первую очередь важно упомянуть разработку комплекса признаков для фиксирования, пригодных для анализа диалогового взаимодействия в различных контекстах, преимущественно институциональных, в том числе различных СМК.

Ниже приведен их краткий перечень:

1. Характеристики использования **речевых норм**:

А) Форма вербального взаимодействия:

-вопросительно-диалоговая

(вопрос-ответ-вопрос; два вербальных участника)

- вопросительно-ступенчатая
(вопрос-ответ-реакция на ответ; два вербальных участника)
- повествовательно-диалоговая
(обмен утверждениями; два вербальных участника)
- повествовательно-монологовая
(комплекс утверждений; один вербальный участник)

Б) Тематическая стабильность/изменчивость:

- осуществление разговора в рамках темы
- периодическая смена темы

В) Взаимность:

- поочередность реплик
- выслушивание речи абонента
- реакция на речь абонента

Г) Речевые средства:

- использование вопросительных/повествовательных/восклицательных форм предложений
- использование пауз
- интонирование фраз голосом

2. Характеристики приема «захват инициативы беседы»:

А) Смысловой вклад в тему:

- ввод темы
- развитие темы: относительное преобладание высказываний по теме в сравнении с собеседником + качественная «длина» реплик - состоят из ряда простых или сложных предложений
- ввод категорий и терминов по теме - здесь: кто первым и кто больше вводит в употребление слов-категорий по теме (поскольку по ходу развития темы, названные одним из собеседников категории, составляют как бы общий словарь)

Б) «Авторитарность» стиля:

- автор первой реплики
- ступенчатая структура диалога (см. предыдущий блок)
- количество вопросов в речи диджея (с точки зрения преобладания над другими формами высказывания)
- автор большинства вопросов в беседе
- использование императивных форм и советов
- контроль за эмоциональным состоянием абонента - здесь:
 - одобрял эмоциональный настрой абонента
 - старался изменить эмоциональное состояние

(для последнего - стремился вывести из спокойного состояния, увеличить эмоциональность или изменить характер эмоциональности)

- пресечение попыток ухода от темы
- произвольное завершение темы

3. Характеристики приема «рутинизация»:

А) «Рутинизация» субъектов разговора:

- повторяющаяся самоидентификация в эфире (имя, фамилия или прозвище диджея, название и адрес радиостанции, программы)
- стимулирование употребления понятной аудитории самоидентификации абонентом - здесь:
 - вопросы типа «Как вас зовут? Где вы учитесь/работаете?»
 - требования пояснения в случае употребления малоизвестной идентификации («Это что значит?»)
 - подсказки и произвольная идентификация диджеем абонента в случае затруднений («Т.е. вы, наверно, будущий продавец...»).

Б) «Рутинизация» объектов, упомянутых в разговоре:

- употребление понятных имен, известных профессий, названий, мест в речи
- стимулирование использования знакомых категорий при обозначении объектов - здесь:
 - вопросы типа «Не хотите передать привет своей девушке/ своему преподавателю/далекой Москве?» и т.п.
 - просьба абоненту объяснения смысла категории в случае ее малоизвестности или самопроизвольного ее объяснения

В) «Рутинизация» актов:

- употребление известных глаголов, называние известных видов деятельности
- требование объяснения в случае непонятности или двусмысленности актов

4. Характеристики использования норм-рецептов:

- А) Введение некой темы, не относящейся к цели звонка абонента
- Б) Поддержание темы, не относящейся к цели звонка абонента
- В) Высказывание мнений/отношений в рамках какой-либо темы
- Г) Употребление императивных форм и советов

Результаты анализа: нормативное воздействие на радио

Данные выводы получены в результате анализа 29 бесед (в программах по заявкам на радио «Европа плюс», «Юнитон», «Радио-2»). По итогам

проведенного анализа, вполне определенно можно сказать, что диджей контролирует соблюдение правил игры в эфире.

Соблюдение речевых норм, согласно собранным данным и исследовательским ожиданиям, оказалось общеобязательным условием радиодискурса - во всех случаях наблюдалось использование известных речевых средств и норма взаимности. В 7 случаях было отмечено, правда, нарушение периодичности смены тем - собеседники внезапно возвращались к оставленным ранее темам - но это можно списать на счет спонтанности беседы, а не относить к речевым новаторствам. Формальная структура бесед следующая: диалог - в 19ти случаях, «ступенчатая» - в 16ти, монолог + слушатель - в 14ти, обмен утверждениями - в 9ти. Таким образом, участники радиодискурса конструируют беседу по известным правилам и в весьма разнообразных формах - от монолога до дискуссии.

Относительно рутинности беседы на радио, можно сказать, что она имеет место: в 26ти разговорах абоненты называли свое «обычное», распространенное имя и 28 раз передавали приветы и поздравления. При этом они обозначали известные категории действий (слушать песню, скучать, отдыхать, любить, встречаться), давали понятные идентификации мест (любимый город Новосибирск, группа 513 педучилища, НГТУ), хотя не всегда определенные/конкретные (работа, школа, дом).

Намеренная «рутинизация» со стороны диджеев обнаружилась, хотя в неожиданной форме - они всячески способствовали произнесению идентификационных слов абонентом (предложение представиться звучало 11 раз, а в 15 случаях абоненты называли себя сами), но не каждый раз настаивали на определенности. В этой связи удалось обнаружить связь между актом/событием, о котором сообщает абонент, и попыткой диджея уточнить детальнее обсуждаемое. Например, событие «Маша поздравляет с 8м марта свою маму» оставляется диджеем без уточнения, полагается понятным и иногда подкрепляется ответным диджейским «правильно! хорошо! это понятно» - всякая (любая) Маша может иметь маму и должна поздравить ее с праздником. А ситуация типа «Сегодня воскресенье, но я работаю» не остается без внимания диджея, полагается аномальной и нуждается в конкретике, и реакция на нее, как правило - «Это кем же вы работаете?!». Кроме того, дважды не был переведен американизм (заимствованное слово), значение которого предполагалось, видимо, очевидным. Соответственно, гипотеза о тотальной «рутинизации» не подтвердилась - диджей прибегает к этому приему избирательно, в зависимости от того, насколько общемасштабно должно быть обсуждаемое событие /насколько широко должен быть известен тот или иной термин.

Гипотеза о наличии употребления в беседе определенных норм-рецептов нашла свое подтверждение. Если принять во внимание, что целевые темы абонента - самоидентификация, приветы, поздравления и просьба поставить песню, то можно констатировать, что посторонние темы имели место почти в каждом разговоре (в 21 случае, переход к этим темам осуществлялся всего 28 раз). Дискутировали о разном, лидирующие темы: все, что связано с праздником (как его отмечать, как заканчивать его отмечать, что кому дарить,

что препятствует празднику, как создать ощущение праздника) - в общей сложности, тема упомянута 11 раз, распространена тема отдыха - 6 раз, проблем в личной жизни - 4 раза, прямой связи между погодой и настроением - 4 раза. При этом беседы на постороннюю тему строятся в основном по следующей схеме: вводит тему, как правило, диджей (17 против 11 случаев), развивают ее совместно или, что реже, абонент в одиночку (вновь 17 против 11) в режиме диалога или «ступеней», развитие темы разбавлено советами и мнениями диджея на этот счет (22 раза), правом завершать беседу пользуется также обычно диджей (22 раза).

Что касается содержания рецептов, диджеи заметно концептуальны - нельзя не отметить, что все их зафиксированные советы непротиворечивы, а семантически близки и связаны между собой. Можно говорить о двух активно внедряемых нормах-рецептах: **прокламация досуга** («Все праздники нужно отмечать», «Вы что, все еще не купили подарки?!», «А почему Вы так рано вернулись с Дня Рождения?»), в том числе приоритет отдыха перед работой («..и работа кажется ужасной во время праздников», «отдыхайте на работе от того, от чего устали в выходные»), обсуждение **приватной сферы в эфире** («а у Вас есть девушка?», «Расскажите нам о своей первой любви..»). Предполагаемый, исходя из западного формата станций, космополитизм в качестве содержательной нормы зафиксировать не удалось.

Проверена и подтверждена в целом также гипотеза о приеме захвата инициативы беседы. О том, что он осуществляется, говорит активность речевой стратегии диджея: частый «ступенчатый» диалог, использование возможности задавать вопросы (24 раза), т.е. права направлять разговор в нужное русло, стремление к оценке ситуации (мнения и отношения, императивные формы) и эмоционального состояния абонента (одобрение - 9 раз, стремление изменить настрой - 2 раза), право завершать тему в нужный момент (у диджея - 27 раз). Однако захват инициативы оставляет некую степень свободы абоненту, т.к. большая часть смыслового вклада в обсуждаемую тему зачастую принадлежит абоненту: развитие темы 27 раз осуществил абонент, 25 раз абонент + диджей, вводил категории 31 раз абонент, 17 раз диджей и 10 раз оба.

Кропотливая и вдумчивая работа, требуемая для проведения анализа диалога, обнаруживает, как действие-за-действием актуализуется поле разговора, где поэтапно формируются и проявляются стратегии и диспозиции собеседников. Фактически отслеживается структура беседы и всевозможные функции, которые выполняют приемы в контексте ситуации: так, «рутинизация», наряду с созданием ощущения обыкновенности происходящего, может способствовать подкреплению контролирующей стратегии диджея (адресность) и т.д. Также с помощью такого анализа уделяется должное внимание абоненту, есть возможность поэлементно описать его вклад в разговор, насколько он принимает и поддерживает поведение диджея.

Именно *conversational analysis*, помимо прочего, позволяет составить содержательное представление о нормативном воздействии и его проявлениях в поддержке и порицании тех или иных мнений и отношений. Атом,

содержащий в себе посыл влияния, - конкретное высказывание, вроде «Это (состояние, действие) хорошо, это плохо» или «это влечет это».

Примечания:

1. Далее в тексте СМИ, масс-медиа и СМК употребляются как синонимы.
2. Анализ был проведен в 2001г. Спустя почти десятилетие, в контексте распространения Интернета и различных средств связи частота прослушивания он-лайн, равно как и выбор радиостанций на различные вкусы, очевидно, возросли.
3. Сбор материала относится к периоду зима-весна 2001 г. В исследовании включены станции, вещающие в период сбора материала на FM-диапазоне в городе Новосибирске.
4. Интересно, что в современных условиях значительная часть общения со слушателями происходит он-лайн, так что частота вывода слушателей непосредственно в эфир, надо полагать, сократилась.
5. Сведения получены из личных бесед с диджеями - далее обозначены как инт.№1 и инт.№2.

Список литературы:

- Абельс Х. Интеракция, идентичность, презентация. Введение в интерпретативную социологию. СПб: Алетейя, 1999.
- Кольцова Е. Массовая коммуникация и коммуникативное действие// Социологический журнал. № 1/2, 1999. С.78-84.
- Конецкая В. Социология коммуникации. М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.
- Массовая коммуникация в формировании современного социокультурного пространства («круглый стол»)// Социологические исследования. №7, 2000. С.73-82.
- Почепцов Г.Г.. Теория коммуникации. М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер", 2001.
- Социологический энциклопедический словарь. М.: Инфра-м-норма, 1998.
- Терин В. Массовая коммуникация. [Исследование опыта Запада. М.: МГИМО, 2000.](#)
- Федотова Л. Массовая информация: стратегия производства и тактика потребления. М.: МГУ, 1996.
- Boden D. The World as It Happens: Ethnometodology and Conversation Analysis // Frontiers of social theory: the new synthesis. New York: Columbia University Press, 1990. P.185-213.
- Pomerantz A., B J Fehr. Conversation Analysis: An approach to the study of social action as sense making practices // Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. London: Sage, 1997. P. 64-91.

ТАТЬЯНА ЧЕРНЫШОВА

АНАЛИЗ ДИСКУРСА КАК ОСНОВА УСТАНОВЛЕНИЯ АВТОРСТВА СПОРНЫХ ТЕКСТОВ (ПО МАТЕРИАЛАМ ЛИНГВОЭКСПЕРТНОЙ ПРАКТИКИ)

Изучение конфликтных текстов с привлечением данных дискурс-анализа, направленного на выявление типичных дискурсивных признаков текста, определяющих характер его функционирования в социуме, представляется весьма продуктивным в процессе проведения судебной лингвистической экспертизы, целью которой является установление авторства спорных текстов, принадлежащих разным институциональным сферам, – например, статусно-ориентированной, к которой относятся медиатексты, и лично-ориентированной, к которой тяготеют тексты sms-сообщений, отправленные адресантом с сотового телефона.

В данном исследовании представляем обобщение теоретико-методических посылок, которые были положены в основу анализа спорных текстов разной дискурсивной принадлежности на предмет установления их авторства в ходе лингвистической экспертизы по постановлению суда.

Представленный на рассмотрение экспертов материал состоял из двенадцати статей еженедельника «Плюс Информ» (см. прим. 1); спорных текстов 1, представляющих собой совокупность текстовых sms-сообщений, отправленных неустановленным лицом с мобильного телефона № 1, принадлежащего журналисту N, на мобильный телефон S (всего 24 сообщения), и спорных текстов 2 (11 текстовых sms-сообщений), отправленных неустановленным лицом с мобильного телефона № 2, принадлежащего журналисту N, на мобильный телефон S.

Количество газетных статей (12) позволило составить словник эталонных текстов (**образец**), написанных журналистом N, необходимых для выявления особенностей его стилистической манеры. При анализе статей использована ситуация «сравнение по образцу», суть которой можно описать следующей формулой: «Имеется пример текста (текстов) некоторого автора X. Необходимо установить, является ли он и автором некоторого другого текста (текстов)» (Баранов: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2004/Baranov.htm>) – а именно спорных текстов 1 и 2.

Важным моментом, осложняющим процесс идентификации сравниваемых текстов, явилась их разная дискурсивная принадлежность: **тексты-образцы** относятся к газетно-публицистическому дискурсу со всеми присущими речевому поведению автора в данной сфере общения языко-стилевыми особенностями, обусловленными его публичным и официальным характером, а **тексты sms-сообщений** (спорные тексты 1 и 2) обладают иной

природой, обусловленной непубличным и неофициальным характером общения, рассчитанным на узкий круг читателей.

Специфика дискурсивного подхода к анализу текстов обусловлена прежде всего тем, что осмысление характера использования текстов в речевых (социальных) ситуациях (то есть не только как собственно языковой единицы, но и как единицы коммуникативной, как единицы общения), требует от исследователя как лингвистических знаний, так и учета «ситуации общения и целого ряда экстралингвистических факторов, вплоть до широкого социокультурного контекста, в котором протекает познавательная коммуникативная деятельность (как реализация неречевой деятельности)» (Кожина, 2002: 21-22). С середины прошлого столетия изучение текстов «со стороны их использования в социально-речевых ситуациях» все чаще проводится в парадигме анализа *дискурса*.

Дискурс с позиций коммуникативно-дискурсивного подхода трактуется как **текст в контексте** и как **событие** (Г. ван Дейк) и может быть охарактеризован как «объективно существующее знаковое построение (вербальное и невербальное), которое сопровождает процесс социального взаимодействия людей» (Седов, 2007: 11) и имеет следующие характеристики:

1) обладает интерактивной природой и включает в себя в потенциальном измерении «представление о типических моделях речевого поведения и набор речевых действий и жанров, специфический для данного типа коммуникации» (Седов, 2007: 11);

2) «...как социальная практика предполагает диалектическую взаимосвязь между определенным дискурсивным событием и ситуациями..., институтами и социальными структурами, которые задают его структуру – они формируют дискурсивное событие, но также дискурсивное событие формирует их...» (Гичер, Мейер, Водак 2009: 48);

3) помогает поддерживать и воспроизводить ситуации, объекты знания, социальные идентичности людей, групп и их взаимоотношения» (Гичер, Мейер, Водак 2009: 48);

4) типология сфер общения и коммуникативных ситуаций опирается на противопоставление личностно-ориентированного (неинституционального) и статусно-ориентированного (институционального) типов дискурса (Карасик, 2006; Седов, 2007: 11);

5) текст как объект изучения дискурса произведен в неких институциональных рамках, накладывающих ограничения на акты высказывания, «наделенные исторической, социальной, интеллектуальной направленностью» (Серио, 1999: 27);

6) принятое в каждом типе дискурса ролевое поведение подчиняется определенным социальным нормам» в большинстве случаев неписанным, но достаточно строгим и общеобязательным», существование которых проявляет себя в том случае, если они нарушаются (Седов, 2007: 12);

7) тип дискурса и обусловленный им тип ролевого поведения реализован в системе жанров, присущих тому или иному типу дискурса (Седов, 2007: 13) (см. прим. 2).

Данные общие основания дискурсивного описания особенностей представленных на экспертизу текстов позволили выявить те, которые присущи каждому типу текстов.

Для **газетных текстов** характерны следующие дискурсивные признаки, актуальные с позиций противопоставления анализируемых текстов:

- 1) строгое соблюдение орфографических и пунктуационных правил;
- 2) тематическая избирательность (тексты посвящены важным общественным, социальным проблемам региона);
- 3) отсутствие просторечно-бранной, сниженной лексики и фразеологии;
- 4) синтаксическая оформленность и завершенность;
- 5) наличие структурной и композиционной организации, облегчающей восприятие информации, предназначенной для восприятия широкой аудиторией;
- 6) ориентация в выборе рече-языковых конструкций на определенную читательскую аудиторию; наличие большого количества разговорных конструкций, а также слов и выражений;
- 7) использование разнообразной лексики и стилистических приемов, ориентированных на воздействие и убеждение.

Учет данных критериев в процессе анализа позволил установить, что автор газетных текстов обладает высоким уровнем речевой культуры:

- 1) в его публикациях обнаружено незначительное количество орфографических (2) и пунктуационных ошибок (7);
- 2) соблюдены все стилеобразующие признаки текстов газетной коммуникации (как языковые, так и композиционно-структурные);
- 3) отсутствует просторечно-бранная и обценная лексика и фразеология;
- 4) автор обладает богатым словарным запасом; в текстах используются разнообразные приемы выразительности: эпитеты, сравнения, метафоры, метонимия и т.п.

Дискурсивные признаки **sms-сообщений**, предложенных для анализа, определяют следующие особенности речевого поведения автора:

- 1) несоблюдение орфографических и пунктуационных правил;
- 2) полная свобода в выборе синтаксических конструкций;
- 3) тематическая узость, обусловленная узкой, ориентированной на конкретного читателя темой сообщения;
- 4) наличие просторечно-бранной, сниженной и обценной лексики и фразеологии;
- 5) отсутствие структурной и композиционной организации – спонтанность в построении высказывания, обусловленная психологическим и физическим состоянием адресата, а также его навыками в использовании компьютерного и телефонного набора;
- 6) ориентация в выборе рече-языковых конструкций на конкретного человека;
- 7) использование экспрессивно-оценочной лексики и фразеологии, стилистических приемов, ориентированных не только на воздействие и убеждение, но и на выражение собственных эмоций и отношений.

Учет данных критериев позволил установить, что автор sms-сообщений также обладает высоким уровнем речевой культуры, о чем свидетельствуют:

1) богатый словарный запас, использование разнообразных приемов выразительности: эпитетов, сравнений, метафор, метонимии и т.п.; однако особая ситуация общения – непубличная, неофициальная, – обусловила частичное отсутствие пунктуации в спорных текстах 1 и полное отсутствие – в спорных текстах 2;

2) разговорный, спонтанный способ построения фраз и предложений; отсутствие последовательности, логичности и композиционной оформленности;

3) наличие просторечно-бранной, грубой и обценной лексики и фразеологии, обусловленной психологическим состоянием автора sms-сообщений (особенно спорных текстов 2);

4) большое количество опечаток.

Таким образом, в качестве основы сопоставления двух типов стилистически и дискурсивно разноориентированных текстов на предмет общего авторства были избраны следующие параметры:

1) высокий уровень речевой культуры автора текстов-эталонов и спорных текстов 1 и 2;

2) эмоционально-оценочный и экспрессивный характер газетно-публицистической речи и речи, ориентированной на межличностное общение (текста-эталона и спорных текстов);

3) наличие значительного количества разговорных конструкции в тексте-эталоне, сопоставимых с аналогичными конструкциями спорных текстов.

Выявление дискурсивных признаков текстов разных сфер общения позволило, с одной стороны, определить те из них, которые являются типичными для каждого типа текстов, а с другой, – идентифицировать те признаки, которые характеризуют авторскую манеру речевого поведения, являются для данной языковой личности инвариантными и, следовательно, могут использоваться в качестве основы сопоставления спорных текстов с целью установления авторства.

Проведенный анализ позволил определить, что текст-эталон (корпус газетных текстов) и спорный текст 1 (sms-сообщения с первого телефона) совпали по идентификационным признакам, свидетельствующим о высоком уровне речевой культуры автора текста-эталона и спорных текстов 1 и 2, а также по идентификационным признакам качественно-количественного совпадения в текстах синтаксических конструкций; служебных слов; стилистических приемов и фигур. Имеющиеся в них различия обусловлены: разными условиями общения, в частности, пренебрежением субъекта речи в ситуации межличностного общения пунктуационными и орфографическими правилами и нормами; особенностями создания текста смс-сообщения, имеющимися у автора навыками компьютерного и телефонного набора, реализовавшимися через многочисленные опечатки, например: «**Периодичеки**м», «А с **друй** стороны радоваться надо»; «Ты представь **русскиз** сжирает» и др.; особым характером взаимоотношений между пишущим sms-сообщения и адресатами,

допускающим употребление грубо-просторечной, бранной, жаргонной и общенной лексики, которая отсутствует в газетных текстах. Тем не менее, представленные совпадения позволили утверждать, что автор эталонных текстов и текстов sms-сообщений 1, отправленных с первого телефона, – одно и то же лицо.

Текст-эталон и спорный текст sms-сообщений №2 совпали **частично** по идентификационным признакам, свидетельствующим о высоком уровне речевой культуры автора (употребление фразеологизмов, пословиц, поговорок, «крылатых выражений»; заимствованных слов и разговорной лексики); а также по идентификационным признакам качественно-количественного совпадения в текстах служебных слов (частица ТО); стилистических приемов и фигур (ирония, градация). В то же время в текстах sms -сообщений №2 выявлены грубые орфографические ошибки, отсутствующие в тексте-эталоне и текстах sms-сообщений №1, – появление такого рода грубых **ошибок на написание безударных гласных в корне** практически исключено в текстах лиц, обладающих высоким уровнем речевой культуры, например: «ХОТЕЛ ЧТОБ В **МОРАЛЪНИКЕ** НОЧЬ ПОДЕРЖАЛИ **ПОИСТЕЗАЛИ**» (маральник, поистязать); **ошибки в написании других слов**: «**БЛИЗЖАЙЩИЕ** ДНИ БУДЕТ ВСТРЕЧНОЕ ЗАВЯЛЕНИЕ НЕ ТОЛЬКО В МИ4ЦИЮ НО ИСФО» (ближайшие); **замена мягкого знака на твердый** (подобная ошибка может быть обусловлена как неграмотностью автора, так и особенностями наборной панели телефона, например, отсутствием или неисправностью на ней буквы «мягкий знак» - Ъ): «**ПРАВИЛЪНО** ТЕМ БОЛЕЕ И БРАЛИ МЕНЯ НЕ ДЛЯ РАБОТЫ ...УМНИЦА НАЧАЛ ОХОТУ НА **ВЕМДЪМ** НАСТОЯЩИЙ МУЖЧИНА»; ПУБЛИКА ЭТИМ **ПОТЕЩАТЪСЯ** СЕБЯ и др.

Таким образом, идентифицировать авторство текста-эталона и текстов sms-сообщений 2, отправленных со второго телефона (спорные тексты 2), на основе представленного материала оказалось невозможным, однако удалось идентифицировать тексты sms-сообщений 1 и 2 по ряду таких общих дискурсивных признаков, как 1) использование технических средств для отправки сообщений (компьютерного набора и сотового телефона), что обусловило их спонтанный характер, пренебрежение субъекта речи в ситуации межличностного общения пунктуационными и орфографическими правилами и нормами; 2) многочисленные опечатки: «Не пройдет **удтрех** месяцев...»; «ОЙ ЗРЯ ЭТО ВСЕ Я **РЖЕ** СКАЗАЛА»; «ВМЕСТО ТОГО ЧТОБЫ СО МНОЙ **ПОГОВНРИТШ**» и др.; 3) употребление общенной лексики. Кроме того, в сравниваемых спорных текстах sms-сообщений 1 и 2 были выявлены идентификационные признаки качественного совпадения фрагментов анализируемых текстов в **смысловом отношении**, например: «Никогда не была и не буду овечкой. Смеется тот, кто смеется последним» (sms-сообщение 1) и «ОЙ ЗРЯ ЭТО ВСЕ Я РЖЕ СКАЗАЛА ЧТО СМЕЕТСЯ ТОТ КТО СМЕЕТСЯ ПОСЛЕДНИМ» (sms-сообщение 2) и под., что также явилось косвенным подтверждением единого авторства сообщений, отправленных с сотовых телефонов.

Примечания:

1. В ходе составления словника проанализированы следующие статьи еженедельника «Плюс Информ» (Республика Тыва): «Рыбы больше нет» (№ 12 от 26 марта 2008г.); «Малый бизнес перестанут душисть?» (№ 15 от 16 апреля 2008г.); «Золото скифов в Тыве» (№ 27 от 9 июля 2008г.); «Оптимизацией по «неправильным» руководителям парламентских комитетов» (№ 12 от 25 марта 2009г.); «Полпред дал указания. Большой бизнес заявил о намерениях» (№ 14 от 9 апреля 2008г.); «Стратегическое значение Тывы» (№ 26 от 2 июля 2008г.); «Республику планируют заморозить?» (№ 29 от 23 июля 2008г.); статья без названия в № 16 (431) от 21 апреля 2010г. (С. 37); «В столице стартует программа «Кызыл-2012» (№ 17 от 30 апреля 2008г.); «За долги будут отключать!» (№ 23 от 9 июня 2010г.); «Кызыл – город света...» (№ 16 от 21 апреля 2010г.); «Электроэнергетика Тывы: мы на особом счету» (№ 24 от 16 июня 2010г.).

2. В этой связи представляется интересным замечание А.А. Кибрика о том, что «отдельные медийные жанры имеют достаточно устойчивые характеристики» и что «набор таких жанров и может быть взят за основу при определении понятия "дискурс СМИ"» (Кибрик А.А. Обосновано ли понятие «Дискурс СМИ»? // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. – Орел: ОГИИК, ООО ПФ «Оперативная полиграфия», 2008. – С. 10).

Список литературы:

Баранов А.Н. Теория лингвистических экспертиз как направление прикладной лингвистики: Электронный ресурс: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2004/Baranov.htm>

Карасик В.И. О категориях дискурса: Электронный ресурс: <http://homepages.tversu.ru/~ips/JubKaras.html>

Кожина М.Н. Целый текст как объект стилистики текста / Кожина М.Н. Речеведение и функциональная стилистика: вопросы теории: избр. труды. – Пермь: Перм. Ун-т, ПСИ, ПССГК, 2002.

Седов К.Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – М.: Лабиринт, 2007.

Серио П. Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. – М.: ОАО ИГ «Прогресс», 1999.

Тичер С., Мейер М., Водак Р. и др. Методы анализа текста и дискурса / Пер. с англ. – Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2009.

МАРИЯ КАЗАК

kazak@bsu.edu.ru

ДИСКУРСИВНОСТЬ И ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА

(Опубликовано: Казак М.Ю. *Дискурсивность и интертекстуальность журналистского текста* // *Проблемное поле дискурсологии: сб. науч. ст.* / под ред. д.ф.н., проф. А.В.Полонского. – Белгород: Политекра, 2010. – С.32-40)

Рассмотрение журналистского текста в парадигме дискурсивности и интертекстуальности предполагает на первом этапе освещение хотя бы минимума критериальных признаков, позволяющих отграничить его от необозримого количества других текстов, функционирующих в массовой коммуникации. Наиболее общий взгляд на эту проблему высвечивает три заметных аспекта:

- во-первых, журналистский текст как представитель текста/текстов в лингвистическом понимании («объединенная смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и цельность» (Николаева 1990: 507)),
- во-вторых, журналистский текст в совокупности массово-коммуникативных текстов, очерченных областью функционирования языка (ср.: *медиа-текст* и текст *научный, официально-деловой, художественный, разговорный*),
- в-третьих, журналистский текст как уникальный тип текста в общей типологии текстов и в системе массовой коммуникации (тексты журналистики, PR и рекламы).

I. Все тексты, тиражируемые и ретранслируемые по каналам массовой коммуникации (новостные подборки, выступления политиков, комментарии и мнения экспертов, развлекательные шоу, образцы художественного творчества и др.), могут быть рассмотрены в парадигме традиционных категорий текста, таких как *связность, целостность* (см. работы Н.С. Валгиной, И.Р. Гальперина, Т.М. Николаевой, З.Я. Тураевой), *выраженность, отграниченность, структурность* (Ю.М. Лотман, Б.Я. Мисонжников, Г.Я. Солганик). Наиболее цитируемое в лингвистике определение текста, предложенное Р.И. Гальпериным (см. прим.1), включает в границы текста письменно зафиксированные высказывания, подвергшиеся литературной обработке, имеющие автора, структурно-композиционную организацию, заголовки и др.

Вместе с тем классические рамки текста оставляют за его пределами материалы массовой коммуникации, существующие в устной форме (электронные СМИ), создаваемые в интерактивных условиях (спонтанная речь), не всегда имеющие автора (редакционные материалы), заголовков (подборки новостей в газете или на сайте информационных агентств), приобретающие в интернет-коммуникации нелинейную организацию с разветвляющейся

системой отсылок и др. Безусловно, даже маленькая заметка на газетной полосе может быть рассмотрена как связанное и цельное произведение, с началом и концом, ограниченное во времени и пространстве. Однако такой подход к интерпретации массово-коммуникативных текстов есть первый этап их анализа. Не случайно исследователи отмечают, что при переносе классического текста в сферу масс-медиа текст получает новые смысловые оттенки и медийные добавки (Добросклонская 2008), приобретает расширительное толкование и – в итоге – выходит за пределы знаковой системы языка, приближаясь к семиотическому пониманию текста (Солганик 2005: 15). По сути, *медиа́текст* – «новый коммуникационный продукт», особенность которого заключается в том, что он может быть включен в разные медийные структуры (вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов) и в разные медийные обстоятельства (периодическая печать, радио, телевидение, Интернет, мобильная и спутниковая связь и др.) (Засурский 2005: 6). Качественные параметры текстов, функционирующих в массовой коммуникации, оказываются, таким образом, детерминированными техническими возможностями передающего канала.

II. Наиболее востребованный для обозначения текстов массовой коммуникации термин «медиа́текст» приобрел в настоящее время статус базовой категории в *медиа́логии*, *медиа́лингвистике*, *медиа́образовании* – новых направлениях лингвистической и педагогической науки (см. работы Т.Г. Добросклонской, Н.Б. Кирилловой, Г.Я. Солганика, А.В. Федорова, Н.В. Чичириной).

Смысловое наполнение терминов XXI века – *медиа́* (от лат. «*media*», «*medium*» – средство, посредник) и *масс-медиа́* (англ. «средства массовой информации») отражает их сопряжение с массовой коммуникацией, массовой культурой, медиакультурой (см. прим. 2). Примечательно, что активизация в русском языке заимствованного элемента «медиа́» привела сначала к обретению им статуса свободного корня, а затем – по неограниченной активности его использования – приблизила, по существу, к статусу аффиксоидов, образующих незакрытый ряд однокоренных образований: *медиа́* → *медиа́текст*, *медиа́событие*, *медиа́структура*, *медиа́обстоятельства*, *медиа́грамотность*, *медиа́компетентность*, *медийный*, *медиа́тизация* и др.

Возникает вопрос, каков объем понятия «медиа́текст», поскольку все, что «медиа́тизировано», вовлечено в сферу СМИ, может быть обозначено словом «медиа́текст» (например, художественные фильмы, компьютерные игры). По-видимому, свою объяснительную силу термин обретает при интерпретации его как совокупного продукта трех глобальных подсистем массовой коммуникации: журналистики, PR и рекламы.

Медиа́тексты, институционально распространяемые по открытым каналам коммуникации, обладают целым рядом общих характеристик, касающихся внешних (экстралингвистических) и внутренних текстовых параметров (сфера, условия, коммуниканты, характер коммуникации, обратная связь и др.). Еще в конце 70-х гг. XX в., характеризуя массовую коммуникацию (газеты, радио, телевидение), Ю.В. Рождественский писал, что с возникновением и развитием техники сформировался «новый вид текста», уникальный по синтезу в нем

звучащей и видимой речи (Рождественский 1979: 166). По сути, ученым была поставлена проблема, активно обсуждаемая в настоящее время:

- *изменение статуса классического произведения* («информационный текст»),
- *коллективное производство текстов* (автор – собирательный, коллективно-индивидуальный, «команда»),
- *массовая аудитория* («все общество»), обладающая такими характеристиками, как дистантность, рассредоточенность, неопределенность,
- *производство «на поток», одноразовость, невозпроизводимость*, иначе, стандартизованность, сиюминутность, быстротечность информации,
- *поликодовость* текста (*смешанный* характер текстов «с различными невербальными знаковыми системами»),
- *смысловая незавершенность, открытость* для многочисленных интерпретаций; тексты СМИ «представляют собой совокупность фраз бесконечных гипертекстов, где все является ссылкой друг на друга и бесконечным цитированием» (Артамонова и др. 2008: 110).

Внешние факторы имеют следствием возникновение упрощенного языка, ориентированного на усредненного читателя и простоту восприятия текстов, что, по мысли ряда исследователей, выводит массовую информацию за пределы культуры (А.А. Волков).

Процессы конвергенции в современных масс-медиа определяют постоянное взаимодействие, интеграцию различных типов текстов, и прежде всего на стыке журналистики и PR. Однако между результатом творчества журналистики, рекламы и PR значительно больше принципиальных различий, нежели сходства, которые фокусируются в целях, задачах и функциональном предназначении текстов. Исследователи предупреждают о непредсказуемых социальных последствиях сращения текстов журналистики и PR («пиарналистики», в обозначении А.П. Короченского), влияющих как на структуру и коммуникативные процессы, так и на поведение и мировоззрение массовой аудитории в целом.

III. Самостоятельность журналистского текста, в отличие от рекламного и PR-текста, проистекает из основополагающих принципов, целей и функций журналистики как общественной деятельности по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации.

В основе журналистского текста лежит *социальный факт*, в идеале информация, предъявленная в текстах, должна соответствовать критериям объективности, достоверности, актуальности, релевантности. На деле соотношение журналистских текстов с действительностью приобретает сложный и многоступенчатый характер. Традиционная оценка, восходящая к учению Аристотеля о мимесисе (подражании), квалифицирует отношение текста к действительности как *отражение действительности*. Однако современный подход к этой проблеме, учитывающий возросшую субъективацию масс-медийного дискурса, «грязные» предвыборные технологии и др., трансформирует отношение текста к действительности в *преобразование действительности* текстом, осуществляемое говорящим и слушающим (см. прим.

3). По словам культуролога И.П. Ильина, рухнула старая «миметическая вера в референциальный язык», то есть в язык, способный правдиво, достоверно передавать действительность и говорить истину о ней (Ильин 1996: 231). В русле данного понимания, журналист реконструирует, моделирует языковую картину мира, задавая особый мир событий и создавая медийную реальность, отличающуюся от реальной действительности. Тем не менее, грамотная интерпретация происходящего журналистом не отменяет надежности оперативного знания о действительности (В.В. Богуславская, С.Г. Корконосенко, В.Г. Лазутина).

«Интерпретационные ножницы», возникающие в режиме передачи информации от субъекта коммуникативного акта к потребителю информации, таят в себе возможности манипулирования и скрытого управления аудиторией. На фоне постоянного расширения функциональной предназначенности языка СМИ (ср.: наряду с ведущими функциями информирования и воздействия в массовой коммуникации форсируются *фатическая, эстетическая* функции, ранее ей не свойственные), безусловной проблемой профессионально-этического плана становятся приемы манипуляции в журналистских текстах.

Проблематичным в теории журналистики оказывается разграничение двух терминов – *журналистский текст* и *публицистический текст*, которые в традициях лингвистики и лингвостилистики функционируют как взаимозаменяемые. В теории журналистики, признающей журналистику и публицистику разными видами творческой деятельности (Лазутина 2004: 41; Полонский 2009 и др.), наметилась тенденция к строгой дифференциации данных понятий (см. прим. 4), с чем трудно не согласиться, обратившись к истории становления массовой коммуникации. Вместе с тем сложности начинаются сразу на этапе анализа классов, типов и жанров по их принадлежности к разряду публицистических или журналистских. Эта область исследования не имеет однозначного решения; так, к публицистике относят тексты общественно-политической тематики, или полемически острые произведения, или материалы, выполненные в аналитических жанрах (за исключением информационных и художественно-публицистических), или, напротив, материалы, выполненные только в художественно-публицистических жанрах, и т.д. По-видимому, следует признать, что журналистика и публицистика находятся в пересекающихся отношениях, при этом специфику текстов следует искать не столько в их жанровых системах, сколько в способах подачи материала, в краске текста, в преломлении категории автора в текстовой ткани.

Новые горизонты в понимании специфики журналистского текста как *открытого* по отношению к обществу, культуре и другим текстам феномену открывают дискурсивные и интертекстуальные научные парадигмы. Категории *дискурс, дискурсивность, интертекстуальность*, репрезентирующие выход текста за пределы самого текста, оказываются при ближайшем их рассмотрении тесно взаимосвязанными категориями, вызывающими одна другую.

Идея дискурсивности как синоним коммуникабельности текста привлекает к анализу участников коммуникации, социокультурные контексты, типологическую привязку к издающему органу, что позволяет

квалифицировать журналистский текст как сложное коммуникативное событие, «погруженное в жизнь». В той языковой модели мира, которую конструирует журналист, находят отражение политико-идеологическая, социокультурная ситуация, групповые и общественные интересы и др.

Интертекстуальность как онтологическое свойство журналистского текста проявляется на содержательно-смысловом, структурно-композиционном и знаковом уровнях. В свете широкого понимания интертекстуальности (Ю. Кристева, Р. Барт, Ж. Деррида и др.) тексты массовой коммуникации есть часть общего, глобального процесса коммуникации. Являясь фрагментом национальной культуры, СМИ создают «картину мира», «публицистическую картину мира», «портрет речевой эпохи», выступая образцом национально-культурной специфики речевого общения, источником культурологической информации.

Узкая интерпретация интертекстуальности (Г.В. Денисова, Н.А. Кузьмина, Н.А. Фатеева, В.Е. Чернявская) позволяет ввести в типологию текстов такие оппозиции, как *текст – интертекст, гипертекст, прецедентный текст, вербальный, смешанный, невербальный текст, поликодовый, гетерогенный текст* и др.

В аспекте собственно интертекстуальности, понимаемой как непосредственное сосуществование двух или более текстов в одном, журналистский текст конструируется из цитатного материала двух видов: актуальной цитаты и прецедентных текстов.

Первый вид цитат связан с тем, что журналисты черпают информацию из современной жизни, цитируя речи политиков и общественными деятелей, произнесенных накануне, отсылая к мнениям экспертов и профессионалов, давая отсылки к источникам информации. Сама окружающая действительность является объектом цитации – *актуальной, актуализированной*. Именно эти цитаты и ссылки формируют в информационных и аналитических журналистских жанрах журналистики описательный слой текста («содержательно-фактуальную информацию», по И.Р. Гальперину), предъявляя «чужое» слово, т.е. мнение и позицию своего современника, в виде прямой цитаты, разнообразных ее трансформациях, однако с точной адресацией.

Второй интертекстуальный слой в тексте – это цитаты, формирующие образ, оценку («содержательно-концептуальную информацию»), обладающие лингвокультурологической ценностью. Этот цитатный фонд и описывается через термины «прецедентный текст» или «интертекстема».

Проблема текстовой смешанности, или *гетерогенности*, прослеживается на типологическом уровне (конвергенция жанров журналистики), на функционально-стилистическом (стилистическая неоднородность), на уровне формы. Признание массово-коммуникативного текста «сложным знаковым образованием» позволяет учитывать не только языковую составляющую текста, но все другие элементы, существенно влияющие на восприятие текста. Все массово-коммуникативные тексты являются *поликодовым* феноменом (В.Е. Чернявская), смешанным, *креолизованным* текстом (Л.Г. Кайда), сочетающим в себе вербальные, невербальные и медиальные знаки. Усложнение технических средств рождает новые типы текстов, например, *мультимедийный* текст или

гипертекст, порождение Интернета. И даже традиционные публикации в прессе трудно обозначить как вид письменной речи. В газете важным элементом текста выступает визуальная составляющая, то что именуется «газетным дизайном»: графическое, шрифтовое, цветовое оформление и др.

Итак, в свете дискурсивности и интертекстуальности *журналистский текст* находит свое место в культурной парадигме современности, отражая уникальную смысловую, структурно-композиционную и формальную организацию текста.

Примечания:

1. Текст – это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку (Гальперин 1981: 18).

2. «Медиакультура», «детиче современной культурологической теории», по определению Н.Б. Кирилловой, есть особый тип культуры информационного общества, являющийся посредником между обществом и государством, социумом и властью (Кириллова 2006: 7).

3. В герменевтических подходах к языку СМИ учитывается искаженность коммуникации, возникающая в коммуникативной деятельности автора и аудитории, дисперсия смысла и отсутствие единой логики, наблюдающей в текстах массовой коммуникации при «перетряхивании» клише, цитат, отсылок и др. (Артамонова и др. 2008: 111).

4. Можно привести примеры того, как пытаются решить этот вопрос представители тех или иных научных школ. Так, введение понятия «журналистский текст» наряду с «публицистическим текстом» Е.С. Щелкунова считает терминологически избыточным (Воронеж 2004). Учитывая «отсутствие единого стилевого принципа газетной речи», В.В. Богуславская предлагает «публицистический текст» заменить на «журналистский текст»: «Сегодня ... уместнее говорить не о газетной речи ..., а о языке массовых коммуникаций... .. Необходимо говорить не о публицистических, а о журналистских текстах» (Богуславская 2008: 43).

Список литературы:

Артамонова Ю.Д., Кузнецов В.Г. Герменевтический аспект языка СМИ // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. - М., 2008. – С. 99 – 117.

Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. – Изд. 2-е. – М., 2008.

Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М., 1981.

Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. – М., 2009.

Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие. – М., 2008.

Засурский Я.Н. Медиа́текст в контексте конвергенции // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г.Я. Солганик. – М., 2007.

Ильин И. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. – М., 1996.

Казак М.Ю., Шайдорова Ю.А. Феномен разговорности в языке газеты. – М., 2009.

Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – 2-е изд. – М., 2006.

Николаева Т.М. Текст // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – М., 1990.

Полонский А.В. Сущность и язык публицистики: Учебное пособие. – Белгород, 2009.

Рождественский Ю.В. Введение в общую филологию. – М., 1979.

Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиа́текст» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. – С.7 – 15.

Чичерина Н.В. Медиа́текст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов. – М., 2008.

Щелкунова Е.С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации. – Воронеж, 2004.

ПЛАВЕЛ КАТЫШЕВ

katpa@rambler.ru

СТАНИСЛАВ ОЛЕНЕВ

deerson@mail.ru

ВЛИЯНИЕ СИНТАКТИКИ ЯЗЫКА НА ЯЗЫКОВУЮ ЛИЧНОСТЬ КАК ПРОБЛЕМА РИТОРИЧЕСКОЙ КРИТИКИ

Риторическая критика как составная часть современной риторики представляет собой методологическое течение, ориентированное на теоретическую разработку и систематизацию исследовательских процедур, направленных на анализ и оценку воздействующего потенциала и эффективности письменных и устных дискурсов (Медведева, 1987: 99; Катышев, 2006_а: 37; Смолененкова, 2006). Внимание этой отрасли риторики преимущественно направлено на так называемые риторические тексты, то есть произведения «риторической прозы, созданной для специальной аудитории со специальной целью, литературы пропаганды» (Медведева, 1987: 99). Поскольку с известными оговорками риторическим можно считать любое произведение, нацеленное на изменение (формирование, расширение и т. п.) сознания / модификацию поведения адресата, в последнее время «риторическая критика становится наукой об отношении средств к замыслу, а ее задачей – определить, насколько эффективны были отобранные автором средства в данной ситуации для достижения его замысла» (Смолененкова, 2005: 7). Однако, несмотря на очевидную интегративность, междисциплинарность неориторики, важным представляется и такой подход к риторической проблематике, при котором риторика рассматривается как преимущественно лингвистическая дисциплина, то есть наука о «разнообразных формах преимущественно языкового (курсив наш. – П.К., С.О.) воздействия на аудиторию, оказываемого с учетом особенностей последней и в целях получения желаемого эффекта» (Авеличев, 1986: 10). Поэтому и риторическая критика как коммуникативно ориентированное описание речемыслительной деятельности, касающееся экспликации способов и средств воплощения замысла, концентрируется «на взаимосвязи и взаимовлиянии экстралингвистических и лингвистических компонентов произведения слова и реализации целеполагания в речи» (Смолененкова, 2006).

На наш взгляд, важным аспектом (критерием) риторико-критической оценки конкретного речевого произведения может выступать собственно синтаксический аспект, предполагающий оценку степени соответствия анализируемого текста внутренней форме (в ее конкретных проявлениях), духу родного языка его автора. Поэтому теоретически и практически важным представляется решение вопроса о том, в какой степени и каким образом на

риторизованную (см. прим. 1) речемыслительную деятельность оказывает влияние системное своеобразие того или иного языка (например, его синтаксические особенности, проявляющиеся в типичных способах сочетания и расположения языковых элементов – морфем, слов и т. д.). Отсюда, говоря о «влиянии языка на языковую личность», мы прежде всего имеем в виду языковую личность, порождающую риторический текст и испытывающую на себе влияние языка именно в процессе этого порождения.

Поставленная проблема отнюдь не нова для европейской философско-лингвистической традиции. Так, одним из первых проблему влияния языка на человека еще в 1746 г. поставил Э.Б. де Кондильяк, настаивавший на «абсолютной необходимости знаков» (Кондильяк, 1980: 293) для сложных «действий души», в частности для анализа и размышления, и объяснявший это тем, что «знаки, которым мы обязаны совершением самих этих действий, суть инструменты, которыми они пользуются, а связь идей – первая пружина, приводящая в движение все другие» (Там же: 300). Средством установления связи идей (образов, представлений и понятий), в свою очередь, выступают действующие в языке правила аналогии. Активное, а не сугубо инструментальное участие слова и языка в человеческой когнитивно-коммуникативной деятельности также подчеркивали В. фон Гумбольдт и А.А. Потебня, писавшие о том, что язык – это «орган, образующий мысль» и способствующий «внутреннему завершению мысли и внешнему пониманию» (Гумбольдт, 2001: 75, 109), «средство не выражать уже готовую мысль, а создавать ее», «не отражение уже сложившегося мирозерцания, а слагающая его деятельность» (Потебня, 1989: 156). На это же указывали Э. Сепир и Б.Л. Уорф, американские этнолингвисты, длительное время занимавшиеся изучением «примитивных» языков американских индейцев и своеобразно развившие некоторые идеи В. фон Гумбольдта (см. прим. 2). Й.Л. Вайсгербер, лидер неогумбольдтианского направления в европейской лингвистике, в конце 20-х гг. XX в. главной задачей современного и будущего языкознания назвал изучение того, как происходит «вторжение родного языка в мышление и деяния его носителей» (Вайсгербер, 1993: 161). По его словам, лингвисты должны «исследовать мышление и поведение конкретных людей и языковых сообществ на предмет того, насколько они обусловлены и определяются своеобразием родного языка» (цит. по (Радченко, 1997: 187); при этом поначалу следует «привлекать небольшие конкретные проблемы, которые позволят нам непосредственно доказать, что одно определенное обстоятельство прямо воздействует или воздействовало на определенные способы восприятия, мыслительные результаты, поступки говорящих» (Там же: 188).

Данная статья вписывается в неогумбольдтианскую традицию и продолжает теоретическую линию доказательства формирующих возможностей языка. Однако важно отметить, что развиваемая нами версия «лингвистического детерминизма» значительно отличается от широко известной гипотезы Сепира – Уорфа в ее наиболее радикальной формулировке, согласно которой «мы видим, слышим и вообще воспринимаем окружающий мир именно так, а не иначе, главным образом благодаря тому, что наш выбор

при его интерпретации предопределяется языковыми привычками нашего общества» (Сепир, 1993: 261). Наш подход также лишь отчасти близок идеям Й.Л. Вайсгербера о родном языке, формирующем (в онтогенезе) понятийную систему (языковую картину мира) отдельного человека и языкового сообщества в целом. Оставляя в стороне вопросы о том, формирует ли язык особое «видение» объективного (существующего независимо от субъекта) мира или же накладывает свой отпечаток на идиоэтническую понятийную систему, мы сосредоточиваемся на характере стимулирующего влияния языка на дискурсивную деятельность языковой личности, создающей риторический текст; на том, к каким собственно языковым механизмам формирования и формулирования замысла обращается создатель текста в процессе своего размышления. Иными словами, говоря о стимулирующем влиянии языка на языковую личность, мы имеем в виду не влияние, наблюдаемое в смене разнокачественных состояний языковой способности индивида, а влияние, в той или иной мере ощущаемое в каждом акте использования конкретного языка и предопределяемое его системным своеобразием.

В соответствии с приводимым В.В. Смолененковой каноническим порядком риторико-критической деятельности (см. прим. 3), можно обозначить этапы демонстрации влияния языка на языковую личность, опредмеченного в конкретном «риторическом тексте». Воссоздание историко-культурного контекста и обрисовка ситуации создания риторического произведения (описание) предваряют реконструкцию реализованных ритором речемыслительных стратегий (анализ), которые необходимо охарактеризовать с точки зрения их согласованности с системными свойствами родного языка ратора (истолкование), а также с точки зрения их целесообразности как более или менее удачные способы воплощения замысла (оценка). Следуя этому алгоритму, проанализируем фрагмент литературно-критической статьи Ап. Григорьева «После “Грозы” Островского. Письма к Ивану Сергеевичу Тургеневу» (1860), в котором критик наиболее подробно сформулировал свое понимание «народности».

Проблема народности имела в России XIX в. государственный масштаб (см. прим. 4). Само это слово можно назвать одним из ключевых для языка данной эпохи. Это обусловлено социальными изменениями и философско-идеологической полемикой, в которой помимо Ап. Григорьева участвовали В.Г. Белинский, А.С. Пушкин, Ю.Ф. Самарин, П.Е. Астафьев и многие другие. Ап. Григорьев – создатель «органической критики», философско-эстетическая концепция которой основана на идее о естественном (органическом) развитии всего подлинно живого, в том числе литературы и создающих ее народов. Понятие *народности литературы* для органической критики Ап. Григорьева является главной категорией, служащей априорной основой для истолкования и оценки многообразия литературных произведений. Но сложность ситуации в том, что сам этот термин представляется автору неоднозначным и требующим точного определения: «Я знаю очень хорошо, что слово “народность”, хоть оно, слава богу, мной и не придумано, загадочного явления еще не объясняет; во-первых, потому, что оно слишком широко, а во-вторых, и потому, что само еще требует объяснения» (Григорьев, 1990: 93; в дальнейшем ссылки на это

издание даются путем указания номера страницы в круглых скобках). Поэтому *авторская интенция*, реализуемая в анализируемом тексте, заключается в осуществлении теоретического анализа народности, который определил бы понятие «точнее, яснее и проще» (93).

Важной опорой предпринимаемого Ап. Григорьевым теоретического анализа становится собственно языковой образ слова *народность*. Дериват *народность* имеет сложную внутреннюю структуру и является полимотивированным, в традиционном смысле слова, то есть отсылает к двум возможным производящим и имеет две поверхностные словообразовательные структуры (*народ/ность* : *народн/ость*) – ср.: *народ/ность* = ‘нечто, относящееся к народу’ или *народн/ость* = ‘нечто, относящееся к чему-либо народному’. *Народность* является полимотивированной единицей и с точки зрения деятельностной теории, постулирующей, что полимотивированность – это свойство знака, активизирующее полимотивацию, то есть «речемыслительную стратегию индивида, конкретизирующую звукобуквенный состав мотивирующей основы (корня) деривата комплексом созвучных (анафоничных) единиц» (Катышев, 2006б; 112–113). На это указывает наличие в анализируемом тексте конкретизаторов, раскрывающих смысловой потенциал слова-темы с опорой на разные мотивирующие основы.

Следует отметить, что интенсифицируется не только морфо-реляционный слой языкового образа определяемого элемента. Значительное число сугубо супплетивных конкретизаторов свидетельствует о возможности целостного осознания опорного слова и, соответственно, о продуктивности его лексического образа. Именно первичная ориентация на лексический образ слова *народность* провоцирует обращение автора к представлениям, семантически ассоциированным с определяемым элементом, и, как следствие, к супплетивным средствам раскрытия образа, используемым автором в основном в начальной части анализируемого фрагмента и позволяющим рассмотреть народность в контексте общественной и литературной жизни своего времени и дать ее предварительное определение, создав пресуппозицию для содержательного наполнения понятия. Приведем лишь некоторые, наиболее важные вербализованные представления: *народность* конкретизируемое ← {*нечто, стремление к чему зародилось не с Островского, но в его деятельности определилось точнее, яснее и проще* : *нечто, что само еще требует объяснения* : *нечто, что отстаивается мыслью* : *нечто, вопросу о чем конца не предвидится* : *нечто, к вопросу о чем «Русский вестник» становится все милостивее* : *нечто, что имеет поборников* : *нечто, что может быть свойством литературы* : *нечто, первый род чего есть nationalité ‘национальность’* : *нечто, второй род чего есть popularité, littérature populaire ‘народность, народная литература’* : *нечто, первый род чего есть понятие безусловное, в самой природе лежащее*} конкретизирующее. Данная система представлений способствует (I) установлению категориального статуса определяемого элемента (*народность* – сложное понятие), (II) обрисовке общественного мнения относительно исследуемого термина (*народность* – предмет идеологического спора), а также (III) сужению области приложения исходного термина (*народность* есть *народность* литературы). Показательно, что, осмысляя лексический образ слова-темы, автор использует

отсылку к интернациональным эквивалентам определяемого слова, то есть обращает внимание на его корреспондентные связи, косвенно подтверждающие универсальный характер решаемой проблемы: «**народность литературы как национальность является понятием безусловным**» (96).

Дальнейшее углубление теоретической рефлексии и формулирование собственной позиции автора по вопросу о народности связано с осмыслением словообразовательно маркированного языкового образа, и поэтому интенсифицируется отсылочная часть деривата-темы, а наибольшую функциональность приобретают иконически ориентированные средства осмысления образа, созвучные по основе тематическому элементу. Анализ текста позволяет вычленив систему дериватемно скоординированных представлений, последовательно замещающих в тексте созданный языковой образ и способствующих его конкретизации: **народ/ность : народн/ость**
конкретизируемое ← {*нечто, что отражает сущность народной жизни : нечто, одним из внешних признаков чего является ношение народной одежды : нечто, одним из внешних признаков чего является ношение старой народной одежды : нечто, что может характеризовать народ как народный: нечто, что есть качество народной литературы*}
конкретизирующее. Как средства организации дискурса, формулирующего слово-понятие **народность**, дериватемно соотносимые представления включены в процесс речевой развертки высказывания, в ходе которой они (А) способствуют уточнению центрального элемента или же (Б) сами подвергаются конкретизации.

(А) Опора на дериватемно ориентированные определители помогает исключить те трактовки слова-темы, которые не соответствуют авторской концепции, и выделить тот аспект народности, который является, по мнению Ап. Григорьева, наиболее важным. Так, автор указывает, что: (а) понятие **народности** содержательно концентрирует в себе «*сущность народной жизни*» (94); (б) внешним признаком, далеко не исчерпывающим сущность **народности** как способа мировосприятия, является «*ношение народной одежды*» (94); (в) немецкая ультраромантическая традиция трактует понятие **народность** как «*народность своего народа*» (94); (г) наиболее важным является прояснение понятия **народности** в связи с литературой, то есть определение составного термина «*народная литература*» (94–95).

(Б) Большое внимание автор уделяет дальнейшему содержательному уточнению конкретизаторов **народ** и **народная литература**. Необходимость осмысления понятия **народ** вызвана тем, что «*как под именем народа разумеется народ в обширном смысле и народ в тесном смысле, так равномерно и под народностью литература*» (95). Исходя из этого, производящее слово-понятие **народ**, оказываясь в позиции уточняемого, последовательно раскрывается посредством набора перифраз: **народ**
конкретизируемое ← {*нечто, что может быть определено в обширном или в тесном смысле : нечто, что в обширном смысле понимается как целая народная личность, собирательное лицо, слагающееся из черт всех слоев народа : нечто, что в качестве своих передовых слоев имеет верхи самосущного народного развития, которые сама из себя дала жизнь народа : нечто, что в тесном смысле понимается как та часть народа, находящаяся в неразвитом состоянии*}
конкретизирующее. В соответствии с

широкой и узкой трактовками понятия **народ** автор противопоставляет две трактовки **народной литературы**. Понятие **народной литературы** в «обширном» смысле складывается из следующих деривативно ориентированных представлений: **народная литература** конкретизируемое ← {*нечто, что в своем мирозерцании отражает взгляд на жизнь, свойственный всему народу : нечто, что в своих типах отражает сложившиеся цельно и полно типы или стороны народной личности : нечто, что в своих формах отражает красоту по народному пониманию : нечто, что в своем языке отражает весь общий язык народа*} конкретизирующее. Понятие **народной литературы** в «тесном» смысле реализуется следующим образом: **народная литература** конкретизируемое ← {*нечто, что связано с историческим фактом разрозненности в народе : нечто, что предполагает, что народное развитие шло раздвоенным путем: нечто, что является вследствие пресыщения цивилизацией: нечто, что есть выражение насущной потребности сблизить два разрозненных развития в народном организме : нечто, что связано лишь с воспроизведением народного быта*} конкретизирующее.

Определенный уровень сформированности понятий **народ**, **народность** и **народная литература** позволяют автору достичь главного – рассмотреть указанные категории в контексте соотносимых деонтических топосов «должное – недолжное», а также определить понятие **народный писатель**. Так, в качестве полюса должного бытия выступает положение дел, при котором литература **народна** в широком смысле слова, поскольку «**народность литературы как национальность является понятием безусловным, в самой природе лежащим**» (96), и поэтому «**литература всякая, а следственно, и наша, чтобы быть чем-нибудь, чтобы не толочь воду, не толкаться попусту, должна быть народна, то есть национальна**» (96). Исходя из этого, подлинно народным писателем признается не «**писатель из народного быта, специально посвятивший себя воспроизведению этого быта в литературе**» (97), а такой писатель, по отношению к которому термин **народность** и эпитет **народный** употребляются «в смысле слов: **национальность, национальный**» (96).

Разработанная Ап. Григорьевым оригинальная концепция народности (см. прим. 5) имеет не только теоретическую ценность, но выступает действенным орудием органической критики, служит основой суждений о народности того или иного писателя и его произведений. Достаточно вспомнить хрестоматийные суждения о творчестве А.С. Пушкина и о его значении для русской литературы: «**А Пушкин – наше все <...> Пушкин – пока единственный полный очерк нашей народной личности и т. д.**». Любимый писатель и его произведения, удостоенные внимания критики Ап. Григорьева, всегда поверяются «критерием народности», оцениваются как народные или псевдонародные.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что речемыслительные стратегии создания и коммуникативно ориентированного раскрытия замысла в значительной мере согласованы с объективными собственно языковыми условиями, а именно с флективно-фузионной организацией русского языка:

1. То, что в процессе дискурсивной деятельности Ап. Григорьев устанавливает и закрепляет в тексте мотивационные связи между определяемым элементом и созвучными единицами, характеризующимися по отношению к нему меньшей формальной сложностью, «подсказывается» высокой степенью

грамматичности и флективной организацией русского языка. Дериватема (словообразовательная форма) познаваемого слово-понятия *народность* индуцирует систему иконично ориентированных представлений, уточняющих его языковой образ и создающих понятие, и служит (безусловно, наряду с другими типами языковых образов) основой индивидуальной речемыслительной манеры Ап. Григорьева. Элементы, близкие в формально-смысловом отношении слову *народность* способствуют реализации ключевых в содержательном плане представлений, служащих опорами дискурсообразования, о чем свидетельствует заметная интенсификация элемента *народ*₁₆ на фоне других семантически значимых конкретизаторов (*масса*₂, *общество*₃) (подстрочный индекс соответствует частоте встречаемости элемента в тексте).

2. «Многослойность» языкового знака, типичная для языков с последовательной грамматической категоризацией, в дискурсе Ап. Григорьева проявляется в том, что параллельному осмыслению подвергаются лексический, морфо-реляционный и «киноязычный» языковые образы слова *народность*.

3. Фузионный характер внутрисловной структуры русского слова, в котором тенденция к целостности превалирует над тенденцией к морфемной членимости, проявляется в том, что осмыслению темообразующего элемента и коммуникативному оформлению замысла способствуют не только конкретизаторы, синхронно связанные с дериватом-темой, но и такие анафонические определители, основы которых этимологически коррелятивны ему. Ср.: «... *первого рода народность* есть то <...> *второго рода* – то, что <...> В первом смысле *народность литературы* как национальность является понятием безусловным, в самой *природе лежащим*» (95–96). Возможность такого расширения ассоциативного контекста предопределена не только полиморфемностью основы деривата *народность* (на-род-н-ост'-Ø), но и его принадлежностью к распавшемуся древнему общеславянскому макрогнезду с корнем *rod-.

4. Характер дискурсивной деятельности Ап. Григорьева согласуется и с такой важной особенностью внутренней формы русского языка, как его стремление представить любую информацию в виде развивающегося события (Мельников, 1998). В нашем случае основной «участник события» – слово-понятие *народность*, становящееся в зависимости от синтагматического контекста субъектом действия, его объектом или орудием и т. д. Большая разветвленность этой «грамматически мотивированной топики», намечающей пути осмысления исходного понятия, связана еще и с тем, что «имена женского рода ассоциируются со способностью быть и объектом чьей-либо инициативы и инициатором по отношению к иной группе участников и проявлять свою индивидуальность лишь как нечто массовидное» (Гам же).

Переходя к оценке реализованных автором речемыслительных стратегий, необходимо сказать несколько слов об относительности влияния, оказываемого языком на языковую личность. Ни в коем случае не стоит считать, что язык всецело подчиняет себе языковую личность, совершенно не оставляя ей свободы выбора. Напротив, формирующее воздействие языка лишь задает возможное направление мысли, предлагает более или менее приемлемые

способы ее оформления и выражения. Притом, что «родной язык оказывает решающее воздействие даже на детали понимания и мышления конкретного человека», «каждый человек располагает известной возможностью для маневра в процессе усвоения и применения его родного языка»; «он вполне способен сохранять своеобразие своей личности в этом отношении» (Вайсгербер, 1993: 135). Поэтому оценка того, в какой степени конкретный текст воспроизводит базовые, сущностные свойства родного языка ратора, должна учитывать степень самостоятельности, самобытности языковой личности в дискурсивном воплощении духа языка, его внутренней формы. Так, проанализированный текст, несомненно, свидетельствует о самобытном, личностном использовании возможностей, предоставляемых русским языком для осмысления языкового знака и создания понятия: оставаясь в пределах типичных для русского языкового сознания речемыслительных стратегий, Ап. Григорьев акцентирует проявление полимотивированности познаваемого языкового знака, создавая понятие о народности в достаточно индивидуальной манере.

Оценивая целесообразность реализованных автором речемыслительных стратегий, следует указать на то, что проанализированный фрагмент статьи Ап. Григорьева несомненно подтверждает способность языка (в частности, русского) быть опорой создающего понятие продуктивного мышления и адекватно воплощать сложный авторский замысел в коммуникативном акте. Во многом именно талантливое использование автором собственно языковых механизмов (синтаксических возможностей, связанных с флективно-фузионной организацией русского языка) способствует эффективному достижению поставленной цели – формированию и формулированию понятия о народности. Стоит также отметить, что целесообразность дискурсивной манеры, насыщающей текст элементами, созвучными слову-теме, заключается и в том, что способы воплощения замысла, основанные на создании различных формально-смысловых языковых «аналогизмов» предмета речи, обладают более сильными воздействующими, в т. ч. убеждающими возможностями. Важно и то, что истина (или идея, претендующая на то, чтобы быть таковой), достигнутая в соответствии с логикой языковых форм, при помощи средств родного языка, по-видимому, имеет больше шансов быть незатруднительно и адекватно понятой. Так, по мнению Й.Л. Вайсгербера, «пожалуй, все члены языкового сообщества склонны рассматривать свой образ мышления (т.е. образ мышления, полученный ими в процессе усвоения родного языка; примечание наше – П.К., С.О.) как естественный, объективно-истинный» (Там же: 72). Другими словами, можно с большой долей уверенности предполагать, что язык, будучи важной внутренней детерминантой мышления, общей для адресанта и адресата риторического текста, влияет не только на процесс формирования и формулирования мысли, но и на процесс ее восприятия и понимания.

Итак, раскрывая формирующее, стимулирующее влияние языка на дискурсивную деятельность языковой личности, мы по сути дела решаем основную задачу риторической критики – осуществляем, согласно У. Реддингу, «анализ и оценку тех путей, которыми ритор сообщает свои идеи слушателям»

(цит. по (Медведева, 1987: 104), шире – адресатам. При этом заявленный в заглавии нашей статьи аспект риторической критики ни в коем случае не должен претендовать на первое место среди прочих аспектов анализа риторического текста. Наоборот, он должен дополнять результаты анализа этоса, логоса и пафоса речи данными о том, насколько стратегии речемыслительной деятельности, послужившие ментально-языковой основой анализируемого текста, соответствуют своеобразному «языковому риторическому идеалу», складывающемуся из важнейших сущностных свойств родного языка ратора.

Примечания:

1. То есть «осуществляемую через коммуникативные формы» (Катышев, 2005: 9); на наш взгляд, целесообразно широкое понимание «коммуникативности» языковых единиц и языка в целом: не только как их способности обеспечивать живую интеракцию людей, но и вообще как «способности оформлять коммуникативный акт» (Там же: 142).

2. Характерны в связи с этим типично гумбольдтианские суждения Э. Сепира о том, что «суть языка лежит... в классификации, в формальном моделировании, в связывании значений <...> язык, как некая структура, по своей внутренней природе есть форма мысли» (Сепир, 1993: 41).

3. «Описание, анализ, истолкование (интерпретация) и оценка суть составляющие такого вида человеческой деятельности, как риторическая критика. Предполагается, что сначала критик описывает воспринятое им публичное выступление, затем анализирует взаимодействие его структурных элементов. После этого он должен дать свою версию того, почему оратор именно так, а не иначе построил свое публичное выступление. И в завершении всего критик оценивает, является ли избранный оратором способ построения и изложения речи наиболее подходящим для данных ему условий» (Смолененкова, 2005: 7–8).

4. Достаточно вспомнить концепцию «официальной народности», выраженную в формуле «самодержавие, православие и народность» С.С. Уварова, министра народного просвещения при Николае I.

5. О ее новизне пишет Л.Р. Авдеева: «У Григорьева было свое, не совпадавшее с определениями Белинского, Чернышевского и Добролюбова, понимание народности литературы и народа как исторически сложившейся общности людей» (Авдеева, 1992: 48).

6. Эта закономерность распространяется на основные анафоны слова-темы (*народ и народный*) и на супплетивные элементы (*самобытность, самосущность, национальность, масса, общество, почва* и т. п.), связанные с ним лишь смысловой общностью.

Список литературы:

- Авдеева Л.Р. Русские мыслители: Ап. Григорьев, Н.Я. Данилевский, Н.Н. Страхов. М., 1992.
- Авеличев А.К. Возвращение риторики // Дюбуа Ж., Эделин Ф., Клинкаенберг Ж.-М., Менге Ф., Пир Ф., Тринон А. Общая риторика. М.: Прогресс, 1986. С. 5–22.
- Вайсгербер Й.Л. Родной язык и формирование духа. М.: Изд-во МГУ, 1993.
- Григорьев А.А. После «Грозь» Островского. Письма к Ивану Сергеевичу Тургеневу // Драма А. Н. Островского «Гроза» в русской критике. Л.: Изд-во ЛГУ, 1990.
- Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. М.: ОАО ИГ «Прогресс», 2001.
- Катышев П.А. Полимотивация и смысловая многомерность словообразовательной

формы. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2005.

Катышев П.А. Дисциплинарная схема современной риторики // Араева Л.А., Катышев П.А., Малахова Н.Е., Князькова Т.В., Оленёв С.В., Паули Ю.С., Стрыгина О.В. Риторика / Под ред. П.А. Катышева. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2006_а. С. 33-37.

Катышев П.А. Субстантно-семиологическая детерминанта полимотивации деривата // Антропотекст – 1: сб. статей. Кемерово – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2006_б. С. 112-122.

Кондильяк Э.Б. де. Сочинения. Том 1. М.: Мысль, 1980.

Медведева С.Ю. Риторика и риторическая критика в США // Неориторика: Генезис, проблемы, перспективы. М., 1987. С. 91–113.

Мельников Г.П. Внутренняя форма русского языка – ключ к пониманию его особенностей на всех уровнях // Беседы в обществе любителей российской словесности. ОЛРС, 1998. URL: <http://philologos.narod.ru/melnikov/melnikov-vf.htm> (дата обращения – 23.06.2010 г.).

Потебня А.А. Слово и миф. М.: Правда, 1989.

Радченко О.А. Язык как мирозидание. Лингвофилософская концепция неогумбольдтианства. Том 1. М.: Метатекст, 1997.

Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: ИГ «Прогресс», «Универс», 1993.

Смолененкова В.В. Риторическая критика как филологический анализ публичной аргументации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2005.

Смолененкова В.В. Понятие риторической критики (опубл. в сети Интернет 22.10.2006 г.). URL: http://genhis.philol.msu.ru/article_49.html (дата обращения – 23.06.2010 г.).

ЛАРА СИНЕЛЬНИКОВА

larnics@luguniv.edu.ua

ДИСКУРС НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ В МЕСТОИМЕННОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ

Русскому дискурсу присуща своего рода клаустрофобия - боязнь пространства, замкнутого конкретной и полностью эксплицированной информацией.

Н.Д. Арутюнова

Дискурс неопределённости, представляющий важную для высказывательной ситуации категорию определённости/неопределённости, может анализироваться с разных сторон. Предмет нашего интереса – особая роль неопределённых местоимений в организации этого вида дискурса. Участвуя в коммуникативных действиях, неопределённые местоимения проявляют дискурсивную семантику, под которой понимается такое их свойство, как когнитивная неопределённость в организации и передаче знания от адресанта к адресату. «Когнитивная неопределённость (уровень знания) понимается как неопределённость в отношении представлений и установок партнёра по коммуникации и/или самого говорящего» (Карасик, 1992: 27).

Выбор процедуры передачи знаний в процессе общения обуславливаются разными причинами: поведенческими стереотипами, сложившимися в определённой культуре; психологическими факторами, определяемыми предметным содержанием общения; личностными психологическими мотивами. В когнитивной психологии используются такие понятия, как когнитивные карты, когнитивный диссонанс, когнитивный консонанс (когнитивная координация), на основании которых может проводиться разговорный дискурс-анализ – изучение разговоров и текстов общения, то есть тех действий, которые входят в повседневную деятельность людей (акторов) по производству и обработке информации в ходе языкового взаимодействия (Исупова, 2002). Понятия когнитивной психологии способствуют укреплению позиций гносеологического антропоцентризма, сложившихся в современной лингвистике на основе дискурсологического подхода.

В дискурсе осуществляется непрерывный переход от одного вида знаний к другому. Семантика неопределённых местоимений тесно связана с видами знаний, которые имеются у людей, вступивших в общение, а также с тем объёмом информации, который по желанию собеседников может стать их достоянием. В анализе дискурсивной семантики неопределённых местоимений мы используем понятие *когнитивное множество*, активно применяемое в работах профессора кафедры славистики Гарвардского университета, автора работ по

грамматике дискурса О. Йокояма, но модифицируем признаки этого понятия, что обусловлено спецификой исследуемого материала. Когнитивные множества – это объём (множество) знаний, которые имеются у людей, вступивших в общение. Знание в дискурсе приобретает определенную языковую форму, в той или иной степени определяемую его видом. О. Йокояма называет семь видов знания, эмпирически классифицируемых с точки зрения говорящего субъекта: **референциальное знание** (referential knowledge) - некий набор признаков, необходимый для идентификации мира или предмета; **пропозициональное знание** (propositional knowledge), представленное в «голых» пропозициях (например, *кто-то куда-то уехал*); **специфицирующее знание** (specificational knowledge), которое позволяет осуществить замену неизвестного на известное одному из собеседников; **экзистенциальное знание** (existential knowledge) - общее (обобщенное, неконкретное знание), идентифицировать которое можно только косвенно (например, собеседник не знает названия города, но не может отрицать его существования, так как в этот город уехал друг); **предикационное знание** (predicational knowledge) - минимальное знание о событии (в варианте «некто имело место»); **метаинформационное знание** (metainformational knowledge) – знание, необходимое для получения или передачи информации; **знание дискурсивной информации** (knowledge of the discourse situation), зависящее от соотношенности знаний адресата и говорящего (Йокояма, 2005: 30-42).

Когнитивное множество – операциональное понятие, позволяющее судить о коммуникативной деятельности как лингвопсихоментальном процессе, выявляющем когнитивные пространства субъектов речи. Без согласованности когнитивных множеств говорящих невозможна успешная коммуникация. Неопределённое местоимение нередко оказывается зоной пересечения и балансирования когнитивных множеств участников общения. Сообщение адресанта «должно строиться с таким расчетом, чтобы в целом оно было понятно для слушающего. При этом говорящий исходит, конечно же, из имеющихся у него представлений о том, что собеседнику может быть известно, а что неизвестно в теме беседы, «на ходу прикидывает», в какой мере другой мог воспринять предложенную информацию и не понадобятся ли какие-либо уточнения. Со своей стороны и слушатель далеко не пассивен, ибо, пытаясь мысленно восполнить случайно упущенные или сознательно опущенные части информации, он в конечном счете стремится на основе своего жизненного опыта создать наиболее полные собственные представления о том, что же ему хотел сказать партнер по коммуникации» (Лобачёв, 1981: 23). Дискурс как процесс накопления и изменения знаний может быть представлен в виде своеобразной нотационной записи, отражающей поэтапное, пошаговое фиксирование речевых действий как коммуникативных тактических шагов.

Неопределённые местоимения влияют на уровень когнитивной активности говорящих. Один из собеседников может лучше знать, какое содержание скрыто за местоимением, другой хочет сделать это знание своим достоянием. Когнитивные свойства неопределённости связаны с возникновением особого вида мотивации – стремления понять сказанное,

разобраться в положении вещей. Начинает проявлять себя феномен преодоления состояния неудовлетворённости и беспокойства, вызывающий когнитивную активность говорящих: непознанное, непонятое или недопонятое привлекает, интригует, стимулирует физические и умственные действия по заполнению лакуны. Это обстоятельство позволяет считать неопределённость в гносеологическом отношении мощнее определённости. Когнитивно-психологический фактор, таким образом, объясняет функционально-смысловое разнообразие неопределённых местоимений в дискурсе.

Категориальным семантическим признаком неопределённых местоимений является факт обозначения неконкретного знания. Местоимения этой группы участвуют в передаче неопределённости как таковой, которая маркируется *то*-местоимениями (*кто-то*, *что-то*, *какой-то*, *почему-то* и др.), *либо*-местоимениями (*кто-либо*, *что-либо*, *какой-либо* и др.), *нибудь*-местоимениями (*кто-нибудь*, *что-нибудь*, *какой-нибудь* и др.), *кое*-местоимениями (*кое-кто*, *кое-что*, *кое-какой* и др.), а также местоимениями с *не*- (*некто*, *нечто*, *некий*). Таких образований насчитывается более шестидесяти. Потенциально референтные лексические единицы, обозначенные неопределёнными местоимениями, для конкретизации знания могут быть заменены существительными, прилагательными и другими знаменательными частями речи, а могут принципиально не нуждаться в такой замене и быть носителями другого вида знания. Семантика неопределённых местоимений в системе языка заставляет их быть «прикреплёнными» к предметам, признакам предметов, месту, времени и т.д., которые не известны или о которых не хотят говорить. И вот это «не хотят говорить» имеет прямое отношение к прагматике дискурса, ориентированной на описание интересубъектных отношений.

Неопределённое местоимение в дискурсе нередко оказываются диссонантом, то есть таким элементом, который находится в диссонантном отношении с когнитивным множеством собеседника. Этим обстоятельством объясняется активность структур реагирования на неопределённость. Структуры реагирования – это проявленная адресатом инициатива, его желание перейти от диссонанса к консонансу. Характер структур реагирования зависит от степени диссонанса, то есть от различий объёма когнитивных множеств собеседников и от их желания уменьшить степень диссонанса.

Особую функционально-семантическую нагрузку несут неопределённые местоимения в сообщениях о девиациях: *Он сам просил о встрече, но почему-то не пришел*. Н.Д. Арутюнова упоминает о такого рода употреблении неопределённых местоимений в связи с рассмотрением проблемы аномалий в механизмах жизни и языка. *Почему-то* – способ высказаться о неизвестном событии, повлекшим за собой не желательные для говорящего следствия. «Ненормативное явление озадачивает. В ответной реплике причина выясняется, и это снимает удивление. Объяснить причину часто значит свести ненормативное явление к норме или открыть нечто дотоле неизвестное (новую норму)» (Арутюнова, 1999: 77). Неопределённые местоимения *что-то* и *какой-то* также могут организовать ненормативную ситуацию: *что-то у тебя концы с концами не сходятся; какой-то странный вкус у этого блюда*. Неопределённые

местоимения в этом случае «не включают эксплицитного указания на причину», но «соотносятся с идеей причины. ... Беспричинность работает на обвинителя. Причина создает смягчающее обстоятельство. ... Разбуженная девиацией мысль устремилась на поиск причины» (Арутюнова, 1999: 77). Так дискурсивная семантика неопределенных местоимений контактирует с концептом причины.

Еще одна когнитивно и прагматически значимая роль неопределённых местоимений обнаруживается в случае интродуктивной дескрипции, вводящей объект в ситуацию общения без его идентифицирующей характеристики. С помощью местоимений *какой-то*, *один* говорящий стремится если не скрыть, то сократить информацию, считая ее не важной для темы разговора или для конкретного собеседника: *какой-то человек ему помог; одна девушка мне рассказывала; я где-то читала, что...* . Говорящий может знать и того, кто ему помог или рассказал, и книгу, которую читал, но не считает это важным для информации о предмете речи. Установка на сокращение неактуальной информации обычно понимается собеседником, и переспросы могут возникнуть только в случае обнаруженного желания скрыть важную, интересующую собеседника информацию, и тогда неопределённое знание заинтересованный субъект речи стремится перевести в референциальное: *какой именно человек помог, какая девушка рассказывала* (например, в условиях любого рода разбирательства, в том числе судебного). В разговорной речи ситуации переспроса возникают значительно реже, и высказывания с неопределёнными местоимениями типа *он купил какие-то продукты, и мы поужинали; мама передала мне кое-что из вещей* – обычное явление в общении на бытовые темы (Капанадзе, 2000).

На неопределённости строится так называемая редуцированная речь, имеющая одну грамматически опознаваемую форму – форму речи с заменителями. Включая неопределённые заменители «такой-то и такой-то», «то-то и то-то», говорящий производит максимальную редукцию информации, оценивая ее как незначимую в надежде, что такая оценка будет принята слушателем. Обычно необходимости в дополнительной информации через расшифровку неопределённости не возникает, поскольку слушатель соглашается принять условия подачи информации как обстановочной, вторичной. Например: «*Меня спрашивают, чем закончилась такая-то и такая-то история...*» - важен обобщающий ответ; а не рассказ о каждой истории отдельно. В художественном повествовании (см. прим.) такие местоимения используются для имитации живой разговорной речи нередко с явным ироническим оттенком: «*Музей открыли в доме, где жил просветитель с такого-то и по такой-то год*» (В. Токарева). « - *Напомните мне, пожалуйста, мою точку зрения. Ученый секретарь отчеканил: - Вы считаете то-то и то-то! – Благодарю вас*» (З. Паперный). «*Такой-то, подавший в свое время надежды, оказался пустышкой, а такой-то, наоборот, процвел, лауреатствует, ездит по заграницам, имеет огромный успех*» (И. Грекова). Такого рода неопределённость представляет собой своеобразный вид коммуникативного договора: адресату предлагается не принимать во внимание некоторые признаки предметов, детали событий и т.д. По условиям «договора» уточнение не предполагается, так как речевые действия по конкретизации неопределённости могут привести к трансформации иллокутивных целей говорящего.

В когнитивном отношении неопределённые местоимения неоднозначны. Говорящий может знать о референте, стоящем за неопределённым местоимением, но по каким-то причинам скрывать это от слушающего. Может действительно не обладать референциальным знанием и через неопределённое местоимение сообщить об этом собеседнику. Кроме того, есть некое знание, которое невозможно эксплицировать, представить в адекватной вербальной форме, и только неопределённое местоимение может быть символом такого рода знания. Остановимся на признаках когнитивно-семантической организации ряда дискурсивных ситуаций с актуализированным неопределённым местоимением.

Названные и неназванные термы создают в дискурсе оппозицию определенности/неопределенности. Важно разделить дискурсивные ситуации, в которых референциальное знание не играет никакой роли, и неопределённое местоимение маркирует такое положение дел, и ситуации, в которых референциальное знание по разным причинам скрывается с помощью неопределённого местоимения. Конструктивная активность адресата проявляется в его вопросах, которые в этом случае нужно квалифицировать как запросы на сбалансированность когнитивных множеств и выход из диссонантной ситуации. Вопрос (вопросы) – естественная коммуникативная потребность адресата, его прагматически уместная позиция, свидетельствующая о затруднениях в идентификации предмета, объекта речи, неясности иллокутивных установок адресанта. «Что касается намерений говорящего, то для любого обычного вопроса они постоянны – вопрос всегда выражает неведение говорящего и содержит призыв к слушающему это неведение рассеять» (Янко, 1994: 101). Вопросы способствуют правильной оценке дискурсивной ситуации через уточнение состояния когнитивных множеств общающихся. Поскольку «вопрос всегда выражает неведение говорящего и содержит призыв к слушающему это неведение рассеять», он входит в процедуру интерактивного взаимодействия, с его помощью адресат пытается установить равновесие между рассогласованными в определённый момент общения когнитивными множествами. Вопрос меняет местонахождение знания, релевантного для выстраивания дискурса. До ответа знание не находится в когнитивном множестве спрашивающего, и «транзакции, начинающиеся с вопроса, заканчиваются только после того, как на вопрос получен ответ» (Йокояма, 2005: 162). Вопрос в интеракции – это осознанное незнание. Дихотомия «знание – незнание» лежит в основе дискурсивных транзакций, организованных с помощью вопросов.

Н.Д. Арутюнова обратила внимание на то, что в ряде случаев адресат не ждет снятия неопределённости (или недоопределённости), что делает невозможным соотносённость неопределённых местоимений с вопросами. Такого рода наблюдения направлены на выявление тонкой когнитивной природы дискурса неопределённости. «Отсутствие вопросов к модификаторам признаков не должно удивлять. Ощутить вторичный признак легче, чем его вербализовать. Признаки высокой степени абстракции воспринимаются чувством, но редко поддаются конкретизации. Нюанс не входит в юрисдикцию

стандартной семантики. Он не образует идентифицируемого значения. Его присутствие маркируется знаками неопределённости» (Арутюнова, 1995: 184).

Знаки неопределённости в подавляющем большинстве не препятствуют пониманию информации. Например, в высказывании *кто-то остановил стоп-кран, и никто не смог удержаться на ногах* – «кто-то» маркирует неопределённость, которая вполне устраивает ретранслятора информации и слушателей. Запрос на дополнительную информацию (кто именно?) не важен, если обращено внимание на само событие, его экстремальность. И только в случае расследования ситуации, то есть при переводе её в другой вид дискурса, информация о лице, сорвавшем стоп-кран, может оказаться необходимой. Референты неопределённого местоимения могут быть неизвестны говорящему, но, по его мнению, известны адресату: *Тебе кто-то звонил и напоминал и необходимости встречи; Ты обещал что-нибудь предпринять; Почему-то ты не захотел меня выслушать*. Может быть наоборот: то, что известно говорящему, неизвестно адресату, который при необходимости инициирует смену дискурсивной ситуации: *Что-то упало со стола, и я проснулся* (вряд ли в этом случае возникнет необходимость запроса – что именно упало со стола, так как и для говорящего, и для адресата важно следствие неожиданного шума, прервавшего сон). *Кто-то крикнул в соседнем доме так громко, что я проснулся* (в этом случае запрос на получение референциального знания наиболее вероятен, так как неожиданно громкий крик в качестве источника для получения дополнительной событийной информации может быть более важным, чем прерванный сон).

Местоимение маркирует неопределённость, которая может иметь двойственную природу, определяемую возможностью или невозможностью получения специфицирующего знания через соответствующий запрос о нем. И в том, и в другом случае может не быть необходимости в референтной конкретизации. Но во втором случае – нет и возможности перейти от неопределённого знания к определённому. Разное пропозициональное содержание лежит в основе событий, существующих в физическом мире, и событий внутреннего мира. И это определяет мотивы использования неопределённых местоимений при переводе пропозиций в высказывание. Таким образом, ментальная процедура – возможность или невозможность запроса о референциальном знании – позволяет говорить о двух когнитивных функциях неопределённых местоимений, проявляющихся в дискурсе.

Первая группа примеров иллюстрирует гипотетическую возможность запроса референциального знания адресатом: *«В действительности, летом 1918 года члены английской и французской секретной службы и кое-кто из американского и даже скандинавских консульств работали в одном направлении...»* (Н. Берберова). *«Кто-то попросил его прочитать новые стихи. Ему не хотелось»* (З.Паперный). *«Причесавшись перед утренним зеркалом, герой поднялся на второй этаж, где громко жестикулировали, толкуя о картинах, развешенных по стенам, какие-то люди художественной наружности»* (Е. Попов). *«А у меня было назначено свидание в пять тридцать. Причем не с женщиной даже, а с Бродским. Далее – банкет по случаю чьей-то защиты»* (С. Довлатов).

Вторая группа примеров иллюстрирует невозможность запроса референциального знания, так как в роли носителя специфицирующего знания

выступает само неопределённое местоимение: «*Есть дураки умные, как Тамафа, есть – торжественные. А я – набитый дурак. В тех дураках есть хоть какой-то смысл. Во мне – никакого*» (В. Токарева). «*Перед Аллой виноват, ее не любил. Нет, зачем врать? В каком-то смысле любил. Можно ли любить «в каком-то смысле»? Либо ты любишь, либо нет. Если так – не любил*» (И. Грекова). Квантор неопределённости, реализованный в приведенных примерах, представляет собой одну из характернейших особенностей человеческого сознания и мышления – поиск какого-то смысла при ощущаемой невозможности до конца понять суть вещей. Человек далеко не во всем в состоянии разобраться на рациональной основе, и размышления о смысле, догадки о его существовании лежат в основе рассуждений о мироустройстве. Такого рода рассуждения не могут обойтись без неопределённых местоимений. Вопросы «Что именно?», «Кто именно?», «Какой именно?» в применении к неопределённым местоимениям во второй группе примеров не просто неуместны, но и (во всяком случае с позиции здравого смысла) невозможны. Специфицирующего знания, необходимого для ответа на гипотетический запрос, не существует. Невозможен идентифицирующий вопрос в высказываниях с семантикой предположения: в них неопределённое местоимение проецируется в будущее, в котором, по мнению говорящего, возможны некоторые события: «*Шаблинский поведает о какой-нибудь фантастической горкомовской охоте*» (С. Довлатов). «*Какой-нибудь тощенький студент лет через сто придет в библиотеку, отыщет мою брошюрку*» (В. Токарева).

Особенно очевидна «выброшенность» из мысли специфицирующего знания (по сути, его невозможность) в оценке разного рода эмоциональных состояний: «*И стало чего-то жаль*» (В. Токарева). «*И что-то у него было в душе, переворачивалось*» (И. Грекова). «*Я уверена: когда Чайковский писал тему любви, четвертый такт, что-то смеялось в его душе, он не мог продыхнуть*» (В. Токарева).

Семантику приблизительной идентификации через структуры *кем-то* *вроде*, *чем-то* *вроде*, *что-то* в этом духе говорящий использует в случае неясности своего или чьего-нибудь статуса, а также не ясного отношения к чему-либо: «*Назначили кем-то вроде осветителя*» (С. Довлатов). «*Жильцы приезжали из года в год одни и те же. Образовалось что-то вроде дополнительной семьи*» (В. Токарева). «*Чувствуешь себя каким-то утопистом, кем-то вроде Томаса Мора, автора книги «Утопия»*» (З. Паперный).

Границу между двумя видами когнитивной семантики неопределённых местоимений не всегда легко провести: события физического мира тесно переплетаются с событиями внутреннего мира человека, с его сознанием и рефлексией. В этих случаях к неопределённым местоимениям можно поставить *кто* (*что*, *какой*) *именно-вопрос*, но ответ (за исключением особых случаев дознания) содержательно будет пустым и ненужным: «*Но, здесь на Патриарших, надо было постоянно что-то завоевывать и преодолевать*» (В. Токарева). «*Дома развернул свои газетные вырезки. Кое-что перечитал. Задумался...*» (С. Довлатов). «*Есть старфый прием: берется какое-нибудь произведение, а затем придумываются пародии – кто из литераторов как бы его написал*» (З. Паперный).

Различия в когнитивной семантике двух групп неопределённых местоимений важны для характеристики соответствующих дискурсивных

ситуаций. Если первая группа неопределённых местоимений предполагает валентность на событие (кто-то молчал, говорил, уходил, пел, умирал и т.д.), то вторая является носителем идеи отсутствия событий как таковых; в промежуточной группе за неопределёнными местоимениями стоит некое событие (во всяком случае, это не исключается), но его экспликация может обесмыслить информацию или резко изменить тему, а вместе с этим и исходные иллокутивные установки говорящих.

Неопределённые местоимения – носители семантики неопределённости, в этом их когнитивная самодостаточность. Говорящий выбирает определённый или неопределённый способ оформления некоторой информации, и его правота – в осуществлённом выборе. Но этот выбор не может не зависеть от поставленных коммуникативных целей, от того, что и в какой форме должен знать и понять адресат, о чём – только догадаться. Неопределённые местоимения регулируют распределение известного и нового, общего и конкретного и т.д. Право адресата на понимание коррелирует с выбором адресанта, и в этом процессе неопределённые местоимения ведут себя по-разному. Возможность перевода неопределённой информации в определённую может быть реализована при условии согласия участников общения. Для снятия неопределённости волевых действий только с одной стороны недостаточно.

Неопределённое местоимение может получать предикацию, в условиях которой неопределённость сразу же снимается. Располагая идентифицирующую информацию постпозитивно, говорящий демонстрирует движение мысли – от некоторой диффузности к ее конкретизации. Происходит смена модальности: от предположительной к объективно-реальной. Событие мысли переходит в событие жизни – реально наблюдаемое, свершаемое в настоящем времени или воссоздаваемое: *«По дороге его **кто-то** перехватил за руку. Это был сам хозяин, герой торжества, новоиспеченный майор Красников»* (И. Грекова). *«Артамонова поступила в училище легко, с первого раза. На вступительном экзамене играла Чайковского, Шопена и **что-то** для техники, сейчас уже забыла что. Кажется, прелюд Скрябина»* (В. Токарева).

Иную когнитивную нагрузку имеют неопределённые местоимения, переводящие ситуацию от определённости к неопределённости. В этом случае происходит движение от события жизни с конкретно означенным субъектом действия к событию мысли: *«Спасибо, Ольга Ивановна, за цветы. - Не за что, Анфиса Максимовна. Я же вас люблю. Хорошо стало Анфисе, что ее **кто-то** любит»* (И. Грекова). *«Я как парламентарий поднимаюсь к К.М. Симонову на четвертый этаж. Он невозмутимо произносит: - Что ж пригласите её (Маризтту Шагинян. – А.С.) ко мне. Придётся с ней поговорить. Я пытаюсь объяснить, что она не пойдёт. Но в его голове не уместается, что **кто-то** не захочет принять его приглашение»* (З. Паперный).

Характер осуществляемой неопределённым местоимением референции может зависеть от семантической принадлежности слова, с которым непосредственно связано местоимение. Так, слова-эмотивы относятся к числу предпочтительных лексико-тематических групп для соединения с неопределёнными местоимениями *какой-то, какая-то, какие-то*. Возможно, это связано с психологической установкой говорящего не быть однозначно

категоричным в выявлении эмоций: «*С какой-то отрадой я глядела в окно...*» (И. Грекова). «*Во мне разрасталась **какая-то тоска**, хотя все было нормально*» (В. Токарева).

С помощью неопределённого местоимения мысль передаётся как процесс приблизительной, но в то же время достаточно точной оценки. Эта оценка может «размещаться» во внутренней речи нарратора и может быть обращена к физическому адресату, что, безусловно, влияет на характер общения: «*Боря явно изменился. В его манерах появилось **что-то аристократическое. Какая-то пресыщенность и ленивое барство***» (С. Довлатов). «*Эля с ужасом и **каким-то этнографическим интересом** смотрела на стариков - родителей мужа*» (В. Токарева).

Неразрывность с неопределённым местоимением характерна для любого рода смещённой оценки метафорического характера: «*Даммишки **какие-то бамбуковые**, с бумажными стенами – ветер так и гуляет*» (И. Грекова). «*Раздражали долгие речи Польшина – **какая-то умственная чесотка***» (И. Грекова). «*Все это не могло не задеть в душе Владимира **какие-то сокровенные струны**, их невеселый звон рождает воспоминания, в которых было нечто и приятное, и грустное, что звало к уединению, к спокойным и неторопливым раздумьям*» (З. Паперный).

Добавление неопределённого местоимения к имени собственному в корне меняет прагматику высказывания через ввод модальности неважности, незначительности. Такого рода оценка может представлять коллективную точку зрения или маскировать чужое слово и, следовательно, вводить разделяемое говорящим мнение другого лица: «*Я в свое время намекал Дятловой, что не прочь бы поработать под ее руководством. Пропустила мимо ушей. Еще бы: сынок начальника или **какой-то Феликс Толбин***» (И. Грекова). «*При этом Артамонова знала и все знали, что Киреев женат **на какой-то Руфине***» (В. Токарева).

«Недоопределённость признаков, - по мнению Н.Д. Арутюновой, - вызвана ограниченностью семантических ресурсов языка или неумением ими пользоваться. Ее трудно устранить. Чтобы индивидуализировать признак, необходимо тонкое знание языка и владение художественной техникой, позволяющей частично восполнять семантические лакуны за счет тропов и иных стилистических приемов» (Арутюнова, 1995: 85]. Художественный дискурс, реализуя идею неопределённости посредством неопределённых местоимений, имеет возможность с их помощью передавать многие смыслы.

Грамматика повествовательного текста моделирует психологическую реальность человеческих отношений. В глобальной связности художественного дискурса действуют разные акторы коммуникации: рассказчик-нарратор, адресант повествования-наррации, производитель интерречевого акта и его адресат (Селиванова, 2002: 229). Каждый из акторов может иметь свой повествовательный модус, организующий определённый тип речи: монолог, диалог, несобственно-прямую речь, несобственно-прямой диалог. Авторское речевое «поведение» может быть представлено в трех основных типах речи – повествовании, описании, рассуждении. Типы повествования различаются выбором и организацией языковых средств, ориентированных на описание отношений с действительностью и субъектами речи. Неопределённые

местоимения входят в число спецификаторов каждого повествовательного типа. Полноценное исследование такого рода проблемы требует особого инструментария, учитывающего особенности разножанровых и разновременных художественных произведений. Мы остановимся лишь на некоторых особенностях и роли неопределённых местоимений в художественном нарративе.

Художественное повествование – носитель прагматической (событийной) информации. Содержание повествования оформляется дескриптивно. Неопределённые местоимения активны в повествовании, организуемом по типу монтажного приема, строящегося на основе сенсорной модальности – «рассматривании» некоего пространства, заполненного предметами, о свойствах и назначении которых субъект восприятия может судить только неопределённо: «Она послушно пошла в ванную. Комната была **чем-то** похожа на прежнюю. Да, не было книг. Из-под тахты глядели кеды огромной величины, **какие-то** кедровые гиганты, синие с красной подошвой» (И. Грекова). «Комната производила странное впечатление. Диван, заваленный бумагами и пеплом. Стол, невидимый под грудой книг. Черный остров довоенной пишущей машинки. **Какой-то** ржавый ятаган на стене» (С. Довлатов).

Не может обойтись без неопределённых местоимений несобственно-прямая речь: синтезируя авторское слово и слово персонажа, то есть «соскальзывая» через чужое слово к сознанию *другого*, повествователь вынужден обращаться к резервам категории неопределённости: «Берег он себя мысленно **для чего-то** *другого*, а для чего – и сам не знал. **Для чего-то** высшего» (И. Грекова). «**В чем-то** глубинном она не переменилась, осталась прежней, молодой. **Чего-то** выжидала. Награды за одиночество» (В. Токарева).

Неопределённые местоимения в несобственно-прямой речи организуют повествование от 3-го лица. В повествовании от 1-го лица и в диалогах неопределённость имеет другую природу. В этих случаях неопределённость непосредственно связана с событийной стороной речевых действий общающихся, поэтому она быстро сменяется определённой: « - Ольга Ивановна, позволь у тебя посидеть вечерок. Моя комната рядом с Анфисиной, боюсь **чего-то**. Смерти боюсь» (И. Грекова). «В журналистике каждому разрешается делать **что-то** одно. **В чем-то** одном нарушать принципы социалистической морали. То есть одному разрешается пить. Другому – хулиганить. Третьему – рассказывать политические анекдоты. ... И так далее. Но каждому, повторяю, дозволено **что-то** одно» (С. Довлатов).

Богата неопределёнными местоимениями внутренняя речь персонажа, что дает основание считать неопределённость одним из показателей этого загадочного типа речи, точнее, одним из средств его вербального представления: «Ветер, - вспомнил Месяцев. – Стихия...». Врёт все. Кому она звонила, когда просила жетон? И какое напряжённое было у неё лицо... **Что-то** не получалось. **С кем-то** выясняла отношения. Конечно же, с мужчиной... Женщина не может уйти от мужа в пустоту. Значит, **кто-то** ее сманил» (В. Токарева). «Нешатов сидел, подперев руками голову, в которой гудели мысли. Тот самый телефон, сдвоенный, из-за которого все произошло... **Кому-то** надо позвонить, **с кем-то** посоветоваться ...» (И. Грекова).

Семантика незнания, вызывающая тревогу, недобрые предчувствия,

передаётся скоплением неопределённых местоимений, эксплицирующих состояние сознания персонажа, особым образом воспринимающего окружающее: *«Прошло еще десять минут. Месяцев понял, что это неспроста. Алику не дают освобождения. **Что-то** сорвалось. И теперь Алика заберут в армию. В горячую точку. И вернут в цинковом гробу. Из кабинета вышла женщина в белом халате. **Как-то** неспроста глянула на Месяцева, будто **что-то** знала»* (В. Токарева).

В описании прошлого менее значимые для сюжета события подаются редуцированно, и неопределённые местоимения, являясь в этом случае носителями менее значимой информации, позволяют дифференцировать значимое и незначимое: *«Был **чей-то** день рождения. Отмечали его на лоне природы. Боря приехал уже вечером, на казенной машине...»* (С. Довлатов). *«Тамара взяла в регистратуре **какую-то** карточку, потом села **в какую-то** очередь и посадила меня возле себя. Я хотел спросить: долго ли надо сидеть, но постеснялся такого житейского вопроса на таком, в сущности, трагическом фоне»* (В. Токарева).

Дискурс сна также ориентирован на неопределённые местоимения как носителей ирреальной модальности: *«Он заснул и видел хорошие сны. **Какие-то** бабочки летали над некошеным лугом, садились на лиловые цветы»* (И. Грекова). *«Заснула она в ту ночь поздно и плохо спала, снились **какие-то** пустяки, глупости, шкафы с книгами, они двигались и старались ее задавить»* (И. Грекова).

Рассуждение как тип повествования наиболее эпистемично: оно содержит некие новые знания, возникшие на основе жизненного опыта. Рассуждение пополняет информационный фонд адресата, помогает персонажу ориентироваться в мире событий, описываемых в художественном тексте. Рассуждение может непосредственно исходить из описания: *«Деревня Серезино **чем-то** была похожа на Яновищи и **чем-то** от нее отличалась. Как и люди. Один человек **чем-то** похож на другого: голова, руки, ноги, - и вместе с тем это совершенно другой человек»* (В. Токарева). *«Когда один из двоих предаёт любовь, надо, чтобы другой продолжал хранить верность и веру. Несмотря ни на что. Если **кто-то** один ждёт, то второму есть куда вернуться. А если и другой, из самолюбия, начинает жечь за собой мосты, то уже нет пути назад. Что такое самолюбие? Это значит: любить себя. А надо любить Его. Нику. Надо иметь души побольше. Быть великодушной»* (В. Токарева).

Неопределённые местоимения в художественном диалоге стимулируют его движение. Адресат, как правило, активно реагирует на неопределённость, предлагает свои версии референциального знания. Если в первой или предыдущей реплике диалога находится неопределённое местоимение, то вторая реплика начинает выполнять функцию снятия неопределённости: *« - Пойдите, не торопитесь. Бумагу возьмите назад. ... А теперь рассказывайте. **Кто-нибудь** вас обидел? - Никто. Напротив, все со мной даже слишком предупредительны»* (И. Грекова). *« - ... Послушай... У тебя с ней **что-то** было? Потому что если была любовь, это тебя **как-то** оправдывает. - Совсем откровенно? **Что-то** было. Но не любовь. Одна досада»* (И. Грекова).

Вторая реплика может убирать неопределённость как таковую, а оценку, переданную с помощью неопределённого местоимения: *« - ... а этот тип предлагает отдать вполне жилое помещение **под какой-то мемориал!** - **Не под какой-то мемориал,** - пояснил Василий, - а под мемориал коммунальной жизни, вообще*

быта маленького советского человека» (В. Пьецух). «Вернемся к письмам. Неужели из-за того, что **какая-то подлая гадина...** - Пожалуйста, только без эпитетов. - Хорошо. Неужели из-за того, что **какая-то**, не говорю какая, личность вздумала на нас клеветать, мы должны лишиться одного из лучших наших сотрудников?» (И. Грекова).

Если снятие неопределённости затруднительно или невозможно, во второй реплике неопределённость подтверждается дополнительными аргументами: « - Все равно. Меня здесь принимают **за кого-то другого**. Ждут от меня того, что я не в силах дать. - **Каждого из нас принимают за кого-то другого**. А и существует ли он в действительности, истинный «я», а не кто-то другой? Большой вопрос. Каждый человек существует не сам по себе, а во множестве перевоплощений, отраженных сотнями глаз других людей» (И. Грекова).

В каких-то случаях неопределённость может оказаться самодостаточной, и неопределённое местоимение становится единственным носителем оценки: «... - Это грандиозное полотно писал местный самодельный художник майор Тысячный. Страдает безответной любовью к живописи. - Почему безответной? - А неужели вам нравится? - **Чем-то** — да. Чехардин, прищурившись, взглянул на картину: - Народный примитив... Впрочем, **не без чего-то**» (И. Грекова). Реплики, поправки, уточнения в диалоге нередко концентрируются именно вокруг неопределённых местоимений.

Неопределённость или недоопределённость в подаче информации свидетельствует не только о прагматических ориентирах субъектов речи, но и является знаком ментальности — особенностей восприятия и понимания действительности. *Как-нибудь*, согласно В.И. Далю, третья составляющая «русской души» — наряду с *авось* и *небось*. Неопределённость относится к базовым представлениям носителей русского языка (Шмелёв, 2002).

Возможности неопределённых местоимений представлять глубинные когнитивные признаки русского дискурса определены Н.Д. Арутюновой таким образом: «Обилие НМ (неопределённых местоимений. — Л.С.), относящихся к признаковым значениям, составляет важную характеристику русского дискурса — разговорной речи и письменного текста, которую можно определить как свойство открытости. НМ — это знаки невыраженных или невыразимых смысловых компонентов: нескрытие причин событий, неясных мотивов поступков, неопределённых вариантов признаков, следы действия неведомых сил. НМ — это своего рода пунктир, знаки молчания и умолчания, незаполненные клетки, семантические пробелы, маркеры разрыва между интуитивным постижением мира и возможностями вербализации, наконец, знаки непроницаемости некоторых сфер бытия, в частности человеческой личности («другого»). Правда человека и правда о человеке ускользает от наблюдателя и особенно от близких людей. Это своего рода неverifiedируемая правда» (Арутюнова, 1995: 187). Столь объёмная оценка когнитивных возможностей неопределённых местоимений — существенно значимая альтернатива отношения к местоимениям как к излишне формализованной, «скованной» закрытостью классификаций категории.

Итак, неопределённые местоимения составляют ядро универсальной категории определенность/неопределённость. Семантическая объёмность и

содержательность этой категории объясняет функционально-смысловое разнообразие неопределённых местоимений в дискурсе. В различных дискурсивных ситуациях неопределённые местоимения являются носителями ментально-поведенческих установок субъектов речи.

Неопределённые местоимения имеют отношение к предметам, признакам предметов, к лицам и их состоянию, месту, времени и т.д., о которых у говорящих а) нет точных сведений, б) сведения есть, но по разным причинам о них не хотят говорить (скрывают или не считают важными для конкретного речевого акта), в) сведений не может быть как таковых, есть только самое общее представление об их существовании или возможности существования.

В дискурсе наблюдаются разные конфигурации видов неопределённого знания - в зависимости от целей общения и иллокутивных установок общающихся, и референция к одному и тому же объекту может быть как определённой, так и неопределённой.

Неопределённые местоимения активизируют внимание собеседников, стремящихся адекватно понять характер коммуникативной ситуации. Для описания категории неопределённости и одного из основных способов ее представления – неопределённых местоимений недостаточно выявить модели языкового взаимодействия, нужно соотнести эти модели с механизмами сознания коммуникантов. У говорящего есть право выбирать объекты, которые он маркирует как неопределённые, но есть и обязанность убедить адресата в коммуникативной целесообразности такой маркировки. Немотивированное сокрытие референциального знания может вызвать протестную реакцию адресата. Иначе говоря, коммуникативную ответственность за неопределённость информации из-за ее несогласованности с когнитивным множеством адресата говорящий берет на себя. В процессе общения идет преобразование знания говорящего в информацию для адресата. Неопределённое местоимение может получить быструю расшифровку, а может долго сохранять установку говорящего на неопределённость, оставляя адресата без соответствующей информации и провоцируя тем самым смену дискурсивной ситуации.

Коммуникативный динамизм неопределённых местоимений связан с состоянием когнитивных множеств субъектов речи: референты неопределённого знания могут быть известны говорящему, но не известны адресату, могут быть известны обоим собеседникам, но в разных версиях и т.д. Отсутствие или несбалансированность референциального знания, выраженного неопределёнными местоимениями, ведет к разным видам развития дискурсивной ситуации в зависимости от необходимости и желания субъектов речи перейти от неопределённого знания к определённому. Семантически однородные на поверхностном уровне, неопределённые местоимения оказываются носителями разной когнитивной семантики, обнаружить которую можно только в дискурсе.

Описание дискурсивной семантики неопределённых местоимений, как представляется, подтверждает вывод о том, что «в ходе эволюции русского языка возможности выражения значения неопределённости расширились и их употребление возросло по своей частности» (Арутюнова, 1999: 814]. В то же

время не следует сбрасывать со счетов, что именно неопределённые местоимения способны стимулировать когнитивную активность говорящих и способствовать тому, что дискурс неопределённости всегда актуально или потенциально диалогичен.

Примечание:

Опора на текстовый материал – обязательный признак дискурсивного подхода к семантике языковых категорий и единиц. Выбор в качестве иллюстративного материала примеров из художественных прозаических текстов объясняется их проявленностью в прагматическом отношении, приближенностью к моделям реального, живого общения. Актуальный диалогический режим и режим художественного нарратива могут быть без особых квалифицирующих потерь совмещены: в том и в другом случае функционирование языковых знаков связано с говорящим субъектом и адресатом.

Список литературы:

- Арутюнова Н.Д. Неопределённость признака в русском дискурсе // Логический анализ языка: Истина и истинность в культуре и языке. – М.: Наука, 1995.
- Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999.
- Исупова О. Конверсационный анализ: представление метода // Социология 4М. - 2002. - № 15. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/175>
- Йокояма О. Когнитивная модель дискурса и русский порядок слов. – М.: Языки славянской культуры, 2005.
- Капаназде Л.А. Разговорная речь как генератор неопределённости // Русский язык сегодня. – М., 2000. – Вып. 1.
- Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: Изд-во Ин-та языкознания РАН, 1992.
- Лобачёв Б.З. О категориях эго- и альтерэгоцентризма // Проблемы структурной лингвистики 1981. – М.: Наука, 1983.
- Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. – К.: ЦУЛ «Фитосоциоцентр», 2002.
- Шмелёв А.Д. Русская языковая модель мира. – М.: Языки славянской культуры, 2002.
- Янко Т.Е. Описание мира и речевые действия // Логический анализ языка: Язык речевых действий. – М.: Наука, 1994.

Список литературных источников:

- Ахмадулина Б. Стихотворения. Эссе. – М.: Изд-во АСТ, 2000.
- Берберова Н. Железная женщина. – М.: Политиздат, 1991.
- Грекова И. Пороги. – М.: Сов. писатель, 1986.
- Довлатов С. Старый петух, запеченный в глине. – М.: Локид, 1997.
- Паперный З. Музыка играет так весело... - М.: Сов. писатель, 1990.
- Попов Е. Прекрасность жизни. – М.: Московский рабочий, 1990.
- Пьецух В. Новая московская философия. – М.: Московский рабочий, 1989.
- Токарева В. На черта нам чужие. – М.: Локид, 1995.

ЕВГЕНИЙ КОЖЕМЯКИН

kozhemiyakin@bsu.edu.ru

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ДИСКУРСОВ

Институциональные дискурсы специфичны не только условиями регламентированного производства знания, особым образом иерархизированными участниками, специальной «телеологией», но и кодом, который в единстве своих семантических, синтаксических и прагматических характеристик нацелен на достижение институциональными акторами определенных целей. Идея лингвистических различий социальных институтов хорошо известна лингвистам и здесь получено немало значимых результатов. Но то, что в значительной степени характерно для дискурс-анализа – это интерес не к коду как таковому, а к его использованию, основанному на выборе актором семиотических единиц в соответствии с характером производства знания в общественном институте. Рассмотрим ключевые лингвистические стратегии, используемые в некоторых институциональных дискурсах, с помощью которых общественные институты воспроизводят характерные для них концепты, представления, картины мира, мифологии.

Политический дискурс

Многочисленные исследования языка политики (см, напр., Wodak 1996, Fairclough 1995) свидетельствуют о том, что весь лексико-грамматический состав политического дискурса ориентирован, с одной стороны, на реализацию его главной цели – перераспределение и легитимацию власти, и, с другой стороны, на осуществление своего рода «*онтологического переноса*», в котором преимущественно социальные объекты репрезентируются как психические, имманентные адресату. Семантическая неопределенность, эзотеричность, идеологическая полисемия, сложность или неоднозначность значений политической лексики позволяют субъектам политической дискурсной практики манипулировать со смыслом высказываний, заставляя адресатов находить в политических высказываниях близкие их субъективному опыту смыслы, интериоризировать политические ценности и представлять субъективные значения (преимущественно связанные с «волей к власти») как в качестве объективных категорий. На это нацелена и другая особенность политического дискурса – активное использование лексики эмоционально-возвышенного характера.

Как и в случае с религиозным дискурсом, политику отличает формальная диалогичность, являющаяся, по сути, формой монолога, а выяснение позиций, критика, дискуссия (то есть атрибуты диалога) исключаются из неё. Скорее, речь

следует вести о «диалогизации» монологической речи, характеризующейся широким использованием таких коммуникативно-речевых приемов, как обращение, вопрос, восклицание. В этом политический дискурс может быть противопоставлен языку науки, юриспруденции и медицины.

Политический дискурс в полной мере апеллирует к эмоциям адресата, а значит – содержит широкий спектр экспрессивных языковых средств – как лексико-речевые (оценочные номинативы, атрибутивы, положительных и отрицательных экспрессивов и др.), так и риторические (эпитеты, метафоры, метонимии и прочие тропы; приемы риторической конвергенции; семантико-синтаксические фигуры – антитезы, градации, повторы и проч.). Экспрессивизация языка политического дискурса «облегчает» процесс интериоризации политических ценностей и политических объектов: обращение к эмоциям предполагает «присвоение» референта высказывания. В этом же аспекте показательным является использование в политическом дискурсе «мягких» речевых актов, не прямо принуждающих индивида к требуемым действиям, но создающих контекст, в котором индивид сам якобы принимает решение о действии. Так, вместо достаточно широко используемых в политическом дискурсе декларативов и комиссивов, часто используются репрезентативы и экспрессивы. Такие «манипулятивные» речевые акты ориентированы на закрепление определенной коммуникативной и – в целом – политической позиции за коммуникантами. По мнению представителей критического дискурс-анализа (Н.Фэрклоу, Р.Водак, Т.Ван Дейк), манипулятивные речевые акты являются показателями отношений социального неравенства в сообществе, причем их форма непосредственно предопределяется социальной позицией коммуникантов.

Широко описанный в современной литературе манипулятивный характер политического дискурса обусловлен, с одной стороны, спецификой «онтологического переноса» и, с другой стороны, жесткой целевой детерминацией всех компонентов политического дискурса, а реализуется за счет, главным образом, языковых средств дискурса. Говоря о языковых и речевых тактиках политического дискурса, Жан Бодрийяр отмечал, что они строятся не столько на принципах принуждения и побуждения, сколько на принципах соблазна (Бодрийяр, 2000). Известна также концепция интерпелляции, разработанная Луи Альтюссером, согласно которой власть оперирует таким образом, что индивид не испытывает прямого подчинения агенту власти, а «вовлекается» во властные отношения с помощью своего рода языковых «запросов».

Широкое применение в политическом дискурсе «мягких» языковых и речевых технологий говорит о том, что дискурс политики адаптивен к общественному и индивидуальному как разуму, так и бессознательному.

Религиозный дискурс

Язык религии – его лексико-грамматические особенности, стилистические средства и речевые акты - ориентирован на решение одной из базовых проблем

религиозного дискурса - поиска средств для адекватного выражения системы референций. Поскольку мистические переживания принципиально не могут быть адекватно зафиксированы в семиотических системах, то языковой параметр религиозного дискурса выражает лишь ту или иную степень «приблизительности» высказывания и его соответствия содержанию мистического опыта.

Проблема *невывразимости* религиозных переживаний решается с помощью языка религиозного дискурса, как минимум, двумя способами. Во-первых, языковыми средствами передачи мистического опыта являются *эвфемизмы, тропы, экспрессивно-возвышенная лексика, фасцинативные речевые стратегии, положительные и отрицательные экспрессивы, оценочные номинативы*, etc., то есть всё то, что обеспечивает не точную рационализацию референта высказывания (как это происходит в научном дискурсе), а его «интуитивное понимание» (как это осуществляется в художественно-эстетическом дискурсе). В этом случае, как и в отношении политического дискурса, справедливо утверждение, что обращение к интуиции и эмоциям адресата облегчает интериоризацию идей, ценностей и оценок. Во-вторых, догматический аспект религиозного дискурса проявляется в широком использовании «консервативных» языковых стратегий – *употребление устаревшей лексики, специфичной религиозной терминологии* (например, в православной церкви это элементы старославянского языка), *цитирование сакрального текста* (например, пословицы и поговорки, основанные на библейских высказываниях). «Консервация» как семантических структур, так и языкового «узуса» предполагает сохранение догматического потенциала дискурса, ориентацию на точное воспроизведение сакрального текста, в котором, как полагается, зафиксировано «истинное знание».

Широкий спектр языковых средств, используемых в религиозном дискурсе, безусловно, обогащает его с эстетической точки зрения, делает его наряду с художественным дискурсом наиболее лексически насыщенным и стилистически ярким дискурсом. В то же время, язык религии исключает использование инвективной, приниженной, простонародной и табуированной лексики. Языковые средства религиозного дискурса являются одним из средств репрезентации возвышенных объектов и «сакрального опыта», а также воспитания адресата и нормирования отношений между индивидами. Это означает, что содержание языка религиозного дискурса есть репрезентация его системы референций: божественное, сакральное, высшее, сверхъестественное не может быть помысленно в терминах «приземленных» феноменов, они всегда «над» обыденным, а стало быть, требуют специфичных имен и эпитетов, то есть – специфичного словаря для их репрезентации.

С точки зрения речевых актов религиозный дискурс насыщен высказываниями *перформативного* характера: использование сакральных имен, высказываний, текстов означает актуализацию мистического трансцендентного опыта, «заклинания» мира, «соприкосновения с Абсолютом». Прагматика использования таких речевых феноменов религиозного дискурса, как мантры, молитвы, воззвания, etc. заключается в осуществлении попытки иррационального перехода из области обыденного, повседневного в область

сакрального, мистического, сверхъестественного. Другой аспект перформативности религиозного дискурса – это высказывания, имеющие силу институционального действия. Отречение от Церкви, воцерковление, саноположение, покаяние, крещение, исповедь – все эти действия вербально оформляются, сопровождаются конкретными установленными высказываниями, а в ряде случаев (например, исповедь, анафема, воззвание) полностью сводятся только к речевым актам. Эта особенность сближает религиозный дискурс с юридическим и, частично, политическим, которые также используют речевые акты в качестве полноценных институциональных действий.

Как в политическом, так и в религиозном дискурсах широко используются такие коммуникативно-речевые приемы, как обращение, вопрос, восклицание, что позволяют судить о «формально-диалогичном» характере дискурса, который фактически направлен на реализацию преимущественно монологических стратегий (нормирование, воспитание, обращение, призыв). Это существенным образом отличает религиозный дискурс от научного, юридического, медицинского дискурсов.

Характерное для религиозного дискурса использование таких языковых средств, как антитезы («добро – зло», «рай – ад», «бог – человек», «вечное – тленное», «бесконечное – предельное»), безличных конструкций («необходимо, чтобы...»), «допустимо, что...», «неприемлемо, чтобы...»), языковых средств с негативной и положительной коннотацией свидетельствует, с одной стороны, о попытках более точно маркировать и описать область Абсолюта как центральной темы религиозного дискурса и, с другой стороны, о выполнении конкретных познавательных процедур репрезентации, категоризации, интерпретации.

Юридический дискурс

Язык юридического дискурса представляет собой один из наиболее своеобразных кодов, традиционно используемых в институциональной среде. Его уникальность выражается в широком использовании понятийно-смысловых языковых средств (терминов), клише и канцеляризмов, отсутствием (и даже целенаправленным вымещением) экспрессивных средств, сложностью синтаксических структур, устойчивым использованием ограниченного спектра жанрово-стилистических средств, низкой контекстуальностью, etc. Весь характерный для юридического дискурса «набор» языковых и стилистических средств, а также типов речевых актов свидетельствует об их подчиненности цели юридического дискурса – нормализации отношений между индивидами. Так, юридические термины содержат в себе точную информацию о ключевых объектах юридического дискурса – о праве, норме, справедливости, нарушениях, санкциях и так далее. Однозначность, константность использования, экспрессивная нейтральность – эти и другие качества юридической терминологии, во-первых, позволяют провести непосредственные аналогии с научными терминами и, во-вторых, позволяют закрепить за объектами дискурса определенные толкования и представления,

избегая, таким образом, нежелательных интерпретаций и строго обозначая область, содержание и характер действия права.

Языковые единицы и средства юридического дискурса образуют в своем роде герметичную систему, не всегда имеющую аналоги (например, «иск», «презумпция», «правореализация») или имеющую «ложные аналоги» в обыденном языке (например, «государство», «свидетель», «риск»). Это обстоятельство не просто затрудняет понимание «языка права» «наивным» реципиентом. Язык юридического дискурса занимает доминантную позицию по отношению к языку бытового дискурса: только институционально закрепленная трактовка юридических терминов представляется правильной, в то время как обыденная интерпретация априори номинируется как неверная. Можно сказать, что не только незнание, но и непонимание закона «не освобождает от ответственности». Тем не менее, объем понятий, выражаемых юридическими терминами, имеет отношение к некоторой реальности, которую воспринимают и описывают как юристы-специалисты, обладающие знаниями верной (то есть легитимной и приемлемой в рамках определенной юридической культуры) интерпретации терминов, так и неспециалисты, «пользователи» юридических текстов. Объем понятий юридических терминов может быть уже объема понятий аналогичных обыденных лексических единиц (например, «нарушение нормы», «порядок», «опровержение») или не совпадать с ним (например, «государство», «дело» или «мотив»). Язык юридического дискурса фиксирует своего рода примат юридической над обыденной картиной мира, а это непосредственно характеризует ориентацию юридического дискурса на реализацию цели нормирования общественных отношений. Языковая система юридического дискурса выражает некоторый идеал общественного устройства и общественных отношений, в соответствии с которым реализуются дискурсные стратегии конструирования и реконструирования социальной реальности.

Ориентация на точное и недвусмысленное выражение юридических понятий, причинно-следственных связей, обоснований тезисов обуславливает использование синтаксических структур, выражающих условие и причину (например, придаточные условия).

Конструирующие и побуждающие функции юридического дискурса фиксируются также с помощью таких специфичных типов речевых актов, как перформативы, декларативы, комиссивы. Специфичным является исключительно перформативный характер юридических высказываний, в соответствии с которыми само высказывание приравнивается к действию. Сказать в юридическом дискурсе может означать реализовать определенный правовой акт разрешающего, запрещающего или наказывающего характера. Так, оглашение приговора - это не просто констатация юридического факта, но перформативный речевой акт, являющийся собственно правовым действием по реализации наказания. Такое же понимание сути речевых действий справедливо для подписания соглашения, визирования документов, объявление об амнистии, судебный отказ в пересмотре материалов дела и так далее.

«Перформативная сила» юридического дискурса достигается не только за

счет использования определенных речевых актов в соответствии с целями нормирования, регулирования и принуждения, но и благодаря применению типичных, фиксированных (клишированных) языковых единиц и средств. Типичность судебных, законотворческих, пенитенциарных и прочих ситуаций, имеющих к реализации юридических дискурсных практик, предполагает устойчивость номинаций ситуаций и выполняемых в их границах действий («суд постановил», «на основании материалов дела», «установить легитимный характер», «выслушать мнение сторон», «с учетом смягчающих обстоятельств», «правоохранительные органы», «признаки состава преступления», etc.).

Еще одним языковым средством усиления перформативного и принуждающего действия юридического дискурса является широкое использование в нем модальных высказываний («должен», «не обязан», «может»).

Акцентирование абсолютного и универсального (в конкретных культурно-исторических и политических условиях) действия закона осуществляется в юридическом дискурсе с помощью пассивных конструкций («назначается», «преследуется», «требуется») и с помощью лексических средств с обобщающей семантикой – «каждый», «все», «никто», «во всех случаях». На мой взгляд, эта особенность свидетельствует не только о характерном для юридического дискурса «коллективном авторстве», но и о своего рода «отчуждении» правового решения от обыденных действий индивидов и их волеизъявления, в том числе – от субъективности индивидуального или коллективного автора юридического текста. Присутствие в юридическом языке «объективированного субъекта» реифицирует и онтологизирует закон, переводя его из сферы субъективных речемыслительных операций в область объективно существующего. Этот «перевод» подкрепляется когнитивными средствами юридического дискурса: познание в рамках юридического дискурса также «отделяет» субъекта права от объективного характера последнего.

Образовательно-педагогический дискурс

Поскольку, исходя из его онтологических и телеологических особенностей, образовательно-педагогический дискурс выстраивается таким образом, что одна группа коммуникантов передает другой группе некоторые знания и ценности относительно социокультурной реальности и оценивает её (группы) успехи, то наиболее значимыми *речевыми актами* являются:

- директивы, наделяющие адресата «правом действия и знания»; с помощью директивов адресант принуждает «ученика» совершить определенные действия – поведенческие, когнитивные и вербальные;

- репрезентативы, предоставляющие описание и оценку положения дел, а также оценку действий «ученика»; этот вид речевых актов используется для «конвертации» объективного положения дел в знания, а также для характеристики успехов адресата образовательно-педагогического дискурса в познании и поведении, для оценки соответствия воспроизводимого адресатом знания установленным стандартам;

- декларативы, конституирующие «институциональные факты» и

характерные для всех типов институционального дискурса. Декларативно-перформативный характер в образовании носят, скорее, высказывания, реализуемые на управленческо-административном уровне образования (например, высказывания о зачислении и отчислении студентов, назначении сотрудника на должность, вынесение выговоров и поощрений и т.д.). Однако, специфичным для образовательно-педагогического дискурса является использование, по определению Н.К.Рябцевой, так называемых «ментальных перформативов», конституирующих не социальные действия, а интеллектуальные операции (примерами «ментальных перформативов» могут быть высказывания, оперирующие глаголами «проанализируем», «рассмотрим» (Рябцева 1992), что позволяет сравнить его с научным дискурсом, который также в большей степени обращен к когнитивным процессам, нежели к социальным действиям, конструирование которых, в свою очередь, характерно для политического и юридического дискурсов.

Специфичной чертой образовательно-педагогического дискурса является градуальный характер оценивания, что практически не встречается в других типах дискурса. Оценочная речевая стратегия выражает социальную значимость агента образования как «носителя и выразителя» институционального знания, социокультурных ценностей и норм и реализуется в праве учителя давать оценку положению вещей и вербализируемым знаниям ученика.

В отношении языковых средств в образовательно-педагогическом дискурсе преобладают понятийные средства (эмоционально-нейтральные, выполняющие представительскую и обозначающую функции). Важным является тот факт, что в языке образовательно-педагогического дискурса преобладают операторы должествования («следует», «необходимо», «должно»), релевантные положительным ценностям.

Эти и прочие характерные черты языка образовательно-педагогического дискурса, с одной стороны, жестко подчиняются его базовым целям объяснения, нормирования, принуждения; в то же время они носят в той или иной степени выраженный технологический характер. Взаимодействие учителя и ученика предполагает не только усвоение адресатом значений высказываний, но и самих речевых формул. «Воспитуемый» («ученик») не только интериоризирует знания, выраженные с помощью высказываний, не только выполняет определенные действия, предполагаемые речевыми актами, но и переводит во внутренний план форму высказываний с тем, чтобы адресаты воспроизводили их в различных институциональных ситуациях. Успешным образовательно-педагогическим взаимодействием будет считаться то, эффектом которого является воспроизведение и транслируемых знаний, и моделей поведения, и самой «формы трансляции»; это является залогом непрерывности образования и образовательно-педагогического дискурса. *Социализация означает, помимо прочего, научение дискурсивной практике, а язык образования не только выражает, объясняет и побуждает, но и воспроизводит себя в опыте воспитуемых.* Следует отличать эту особенность от мультиплицирования устойчивых речевых формул в юридическом, политическом и прочих дискурсах: если, например, право предполагает наличие определенных профессиональных полномочий для

воспроизводства юридических высказываний, то образование в большей степени зависит от общей социокультурной компетентности коммуникантов. В этом отношении образование создает условия для профессионализации иных дискурсов. Устойчивые специфичные юридические формулировки воспроизводятся профессионалами в юриспруденции, но их «опривычивание», создание дискурсно-языковой компетентности - это задача образовательно-педагогического дискурса.

Список литературы:

- Бодрийяр, Ж. Соблазн. – М.: Ad Marginem, 2000. Wodak, R. Disorders of discourse. – London; New York, 1996;
- Рябцева Н.К. Мысль как действие, или риторика рассуждения // Логический анализ языка: Модели действия. М.: Наука, 1992.
- Fairclough, N. Critical discourse analysis. – London: Longman, 1995;
- Русакова О.Ф. Дискурс, политический дискурс, политическая дискурсология // Многообразие политического дискурса. – Екатеринбург, 2004;
- Hodge, B., Kress, G. Social semiotics. – Cambridge: Polity Press, 1988.