

2023

ВЫПУСК № 2 (33)

ЭЛЕКТРОННЫЙ
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ISSN 2687-0975

www.discourseanalysis.ru

(СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС- АНАЛИЗ)

Медиадискурс: структурно-типологические
и прагматические аспекты

СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ
Выпуск 2 (33), 2023

Редакционная коллегия:

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

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

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

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

Пастухов Александр Гаврилович, к.филол.н., доц., зав. кафедрой гуманитарных дисциплин Орловского государственного института культуры (г. Орёл)

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

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

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

Крюкова Светлана Владимировна, к.филол.н., доц., доцент кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью НИУ «БелГУ» (г. Белгород)

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

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

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

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

Саенкова-Мельницкая Людмила Петровна, д.филол.н., проф., зав. кафедрой литературно-художественной критики Белорусского государственного университета (г. Минск, Беларусь)

Атлагич Синиша, д.полит.н., проф., профессор факультета политических наук Белградского университета (г. Белград, Сербия)

Перси Уго, PhD, проф., профессор кафедры славистики Бергамского университета (г. Бергамо, Италия)

Сако Бекай, к.филол.н., доцент Университета Бамако (г. Бамако, Мали)

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

Контакты:

kozhemyakin@bsu.edu.ru (Кожемякин Е.А.),

polonskiy@bsu.edu.ru (Полонский А.В.)

Сайт журнала: www.discourseanalysis.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Анна Викторовна БЕЛОЕДОВА ОПТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА НАУЧНОГО ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТА В АСПЕКТЕ ЕГО ОРИЕНТАЦИИ НА ВИЗУАЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ	3
Оксана Борисовна СЕРОСТАНОВА МЕДИАЭСТЕТИКА СОВРЕМЕННОСТИ В КУЛЬТУРЕ	12
Анастасия Алексеевна ДЬЯКОВА ДЕСТРУКТИВНОСТЬ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА КАК АКТУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ В БЛОГАХ УЧИТЕЛЕЙ	17
Елена Игоревна МОРОЗОВА КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ КАНОНИЧЕСКОГО ОБРАЗА В ДИСКУРСЕ БЕЛОРУССКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ 1956 – СЕР. 1990-Х ГГ.	28
Валентина Евгеньевна ЕРШОВА ТИПОЛОГИЗАЦИЯ ТОМСКИХ НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМ	35
Екатерина Борисовна ГРОМОВА МЕДИАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НАРРАТИВНЫХ РОЛЕЙ В СЮЖЕТАХ РЕГИОНАЛЬНЫХ НОВОСТЕЙ	40

Анна Викторовна БЕЛОЕДОВА

ОПТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА НАУЧНОГО ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТА В АСПЕКТЕ ЕГО ОРИЕНТАЦИИ НА ВИЗУАЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ¹

Научный текст в цифровой среде как сохраняет свои традиционные свойства и черты, продиктованные конвенциональными требованиями академического сообщества, так и обретает новые, нехарактерные для него в «доинтернетовскую» эпоху. Значимые оптические свойства научного интернет-текста обусловлены лингвистическими и жанрово-стилистическими факторами (определяют содержание, внешний вид и структурное членение научной публикации), экстралингвистическими факторами (связаны с графическим оформлением текста и выбором площадки его опубликования), технологическими факторами (материально-ресурсными возможностями поддержки пользовательского опыта) и аффордансами (свойствами цифровой среды, которые помогают читателям научного интернет-текста выстроить логический путь к получению желаемого результата при взаимодействии с ним).

Ключевые слова: научный интернет-текст, оптические свойства текста, мультимодальные исследования, аффордансы.

Anna V. BELOEDOVA

SCIENTIFIC INTERNET TEXT'S OPTICAL PROPERTIES IN THE ASPECT OF ITS ORIENTATION TO VISUAL PERCEPTION²

The scientific text in the digital environment both retains its traditional properties and features dictated by the conventional requirements of the academic community, and acquires new, uncharacteristic for it in the “pre-Internet” era. Important optical properties of a scientific Internet text are due to linguistic and genre-stylistic factors (determine the content, appearance and structural division of a scientific publication), extralinguistic factors (associated with the graphic design of the text and the choice of a platform for its publication), technological factors (material and resource support capabilities). user experience) and affordances (properties of the digital environment that help readers of scientific Internet text to build a logical path to obtain the desired result when interacting with it).

Keywords: scientific Internet text, optical properties of the text, multimodal studies, affordances.

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00109, проект «Рецепция и интерпретация научного текста в интернете: мультимодальный подход».

² The study is supported by Russian Science Foundation, project No. 23-28-00109 “Reception and interpretation of academic texts in internet: a multimodal approach”, <https://rscf.ru/project/23-28-00109/>

Оптические свойства материальных объектов – это свойства, воспринимаемые реципиентами в зрительных ощущениях, то есть, по сути, это все то, что позволяет зрительно распознать объект как принадлежащий к определенной категории и классу по атрибутам, а также увидеть то, что его отличает от других объектов его категории и класса. Научный интернет-текст, хотя и обретает новые свойства и черты, полученные благодаря его реализации в виртуальном пространстве, но, вместе с тем, сохраняет и свои традиционные атрибуты, позволяющие аудитории определить текст в качества текста именно научного. Научный интернет-текст – это, с одной стороны, текст в его лингвистическом понимании, ведущей функцией которого является описание результата научного исследования в соответствии с конвенциональными правилами научного сообщества, а с другой, – текст, созданный по правилам интернет-среды, прочтение которого осуществляется при помощи браузера или приложения, обновление содержания которого зависит от соединения с интернетом. По сравнению с печатным интернет-текст имеет практически неограниченный потенциал визуализации – от статичных изображений и графиков до динамической GIF-анимации и другого аудиовизуального контента.

По мнению исследователей, научный текст, размещенный в интернете, выходит за рамки стандартной модели коммуникации, где он интерпретируется, исходя из общего для отправителя и получателя кода. Стоит рассматривать такие тексты сквозь призму мультимодального подхода, позволяющего учитывать «синтез значений, возникающий в процессе интерпретации семиотических ансамблей» [Кожемякин, Дубровская 2023: 167]. В ряду методов анализа научных текстов в интернет-среде Е. А. Кожемякин и Т. В. Дубровская выделяют и метод экспериментального видеоокулографического исследования, отмечая, что с помощью него можно выявить типичные зоны интереса и фокусы внимания по отношению к структуре научных текстов и их семиотически значимых элементов.

Важные оптические свойства научных интернет-текстов, влияющие на их рецепцию, обусловлены, на наш взгляд, рядом факторов:

- во-первых, это лингвистические и жанрово-стилистические факторы, определяющие содержание, внешний вид и структурное членение такого текста;
- во-вторых, это экстралингвистические факторы, связанные с графическим оформлением текста и выбором площадки для его

публикации;

– в-третьих, это технологические факторы, детерминированные требованиями цифрового пространства;

– и, в-четвертых, это аффордансы – «свойства предмета или окружающей среды, которые позволяют использовать его определенным образом, на междисциплинарном уровне и в определенный социально-исторический момент времени» [Белоедова, Кожемякин 2022: 61].

Итак, первая группа факторов – *лингвистические и жанрово-стилистические факторы* – оказывают большое влияние на зрительное восприятие научных интернет-текстов, помогая реципиенту их квалифицировать как таковые.

Отличить научный текст в интернете от текстов других жанров не представляется сложным, так как его основная цель – посредством определенных и регламентированных коммуникативно-речевых действий субъекта донести новое знание о действительности и доказать истинность этого знания [Чернявская 2007: <http://>]. В научных текстах используется большое количество абстрактной лексики, терминов, вводных слов и речевых штампов, построение предложений подчеркнуто логическое и последовательное, в составе преобладают союзные сложноподчиненные предложения и т. д. [Кожина, Крысин 2014]. Таким образом, даже беглое зрительное знакомство с текстом позволяет его квалифицировать как научный.

Узнаваемой является и *структура текста*. Чаще всего стандартная научная публикация состоит из основного и периферийного текстов, а также метаатрибутов (см. Рис. 1).

S. V. Lin'kov – Laboratory assistant of the Educational and Scientific Center of Media Education, Faculty of Journalism, Chelyabinsk State University

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The author declares no conflicts of interests.

**НАУЧНЫЙ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТ КАК СЕМИОТИЧЕСКИЙ
ОБЪЕКТ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ
ДЛЯ МУЛЬТИМОДАЛЬНОГО АНАЛИЗА**

Евгений Александрович Кожемыкин¹,
Татьяна Викторовна Дубровская²
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет, Белгород,
Российская Федерация,

¹ kozhemyakin@bsu.edu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2991-1011>
² gynergy74@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-0044-6056>

Аннотация. Статья посвящена постановке проблемы для мультимодального анализа семиотических характеристик научного текста, размещенного в интернет-среде. Цифровые платформы оказывают существенное влияние на семиотическую организацию научного текста, что требует разработки новых подходов для его изучения. Перед исследователями встают задачи, прежде не актуальные в отношении «классических» научных текстов. Важно определить, какую роль в смыслообразовании и интерпретации научного текста играют невербальные компоненты, включая элементы вёрстки, оформительские элементы, графическую аннотацию, шрифтовые и цветовые параметры, элементы управления восприятием текста, гиперссылки и т.д. Авторы предлагают алгоритм мультимодального исследования научных интернет-текстов, включающий в себя следующие этапы: 1) типологический анализ научного текста в интернете и его технологической среды; 2) структурно-семиотический анализ

163

научного текста включая аффордансы и семиотические ресурсы; 3) экспериментальное видеоокулографическое исследование; 4) структурированное интервью реципиентов; 5) семантический и контекстуальный анализ данных для определения семантических корреляций результатов интервью с содержанием референтного текста; 6) UX/UI-анализ.

Ключевые слова: интернет-текст, научный текст, научный интернет-текст, семиотический объект, семиотика, мультимодальный анализ.

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00109, проект «Рецепция и интерпретация научного текста в интернете: мультимодальный подход».

**ACADEMIC WEB TEXT AS A SEMIOTIC OBJECT:
A PROBLEM FOR THE MULTIMODAL ANALYSIS**

Evgeny A. Kozhemyakin¹, Tatyana V. Dubrovskaya²
Belgorod National research University, Belgorod, Russian Federation
¹ kozhemyakin@bsu.edu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2991-1011>
² gynergy74@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-0044-6056>

Abstract. The article formulates the problem for the multimodal analysis of the academic web text's semiotic characteristics. Digital platforms have a significant impact on the semiotic organization of a scientific text, which requires the development of new approaches for its study. Researchers face the tasks that were not previously relevant in relation to «classical» academic texts. It is important to determine the role that non-verbal components play in the meaning formation and interpretation of a scientific text, including layout elements, design elements, graphic annotation, font and color parameters, text perception controls, hyperlinks, etc. The authors propose an algorithm for the multimodal study of academic web texts, which includes the following steps: 1) a typological analysis of academic texts on the Internet and its technological environment; 2) structural and semiotic analysis of a text, including affordances and semiotic resources; 3) experimental video

164

Рис. 1. Пример оформления структуры научной интернет-статьи. PDF-версия, опубликованная на портале eLibrary

В основном тексте предьявляются результаты исследования, обычно это привычный читателю линейный текст, который может сопровождаться различными статичными иллюстрациями (таблицы, графики, рисунки, диаграммы и т.п.). Основной текст может иметь свою внутреннюю структуру (например, частотные требования к научной статье включают в себя такие элементы как постановка проблемы, история вопроса, описание материалов и методов исследования, анализ материала, результаты исследования и выводы) или члениться на параграфы, которые имеют свои подзаголовки.

К периферийным текстам, или комплексу микротекстов, которые сопровождают основной текст публикации, относят информацию об авторах, заглавие, благодарности, аннотацию, ключевые слова, послесловие и т.п. Все они характерны и для научных интернет-текстов и позволяют реципиентам зрительно идентифицировать текст как научный даже при беглом его просмотре.

Научные публикации в интернете как сохраняют традиционные метаатрибуты «доинтернетовской» эпохи – это ISBN (International Standart Book Number) и ISSN (International Standart Serial Number), так и приобретают новые цифровые метаатрибуты публикаций – DOI, ORCID, ResearcherID, Author ID, SPIN-код. Они понятны только для членов научного сообщества и позволяют идентифицировать характер публикации и ее автора.

Вторая группа факторов – *экстралингвистические факторы* –

также оказывают значимое влияние на зрительное восприятие научных интернет-публикации.

Во-первых, с помощью *шрифтового* (полужирное, курсив, подчеркивание) и *цветового выделения* может быть сфокусировано внимание реципиента на определенных структурных элементах публикации (автор статьи, заголовок, аннотация, выводы и т.п.) или на важных, с точки зрения автора, элементах текста (например, см. Рис. 2).

Ключевые слова

активное долголетие, здоровый образ жизни, практики активного долголетия

Введение

Старение населения в настоящее время является глобальной проблемой. Однако постепенно меняется восприятие старости – старшее поколение уже не считается балластом для развивающегося общества, в нем видится дополнительный ресурс общественного развития. Сегодня более взвешенная позиция общества в отношении стареющего населения заключается в учете реально существующих проблем, возможностей повышения качества жизни, продления трудовой занятости, социальной активизации пожилых граждан.

Впервые сформулированное определение понятия «**активное долголетие**» нашло свое отражение в «Стратегиях активного долголетия в 2002», документе ВОЗ. **Активное долголетие** – это «**процесс оптимизации возможностей для обеспечения здоровья, участия в жизни общества и защищенности человека с целью улучшения качества его жизни в ходе старения**». Мадридский международный план действий по проблемам старения, также опубликованный в 2002 году, провозгласил принципы, на которых должна осуществляться реализация Стратегии активного долголетия.

Рис. 2. Пример шрифтового выделения в научной интернет-публикации

Во-вторых, с помощью *уменьшения / увеличения кегля шрифта* или *регистра* можно так же фокусировать зрительное восприятие текстовых элементов для реципиентов. Обычно регистром Caps Lock (закрепляет строчное написание букв) выделяется название статьи (см. Рис. 3), увеличение регистра характерно для выделения значимой составляющей текста, его уменьшение обычно говорит о том, что этот фрагмент не столь важен (примеры из массмедийных публикаций, оформление аннотации и ключевых слов, название таблиц и рисунков и т.д.). Например, на Рис. 3 информация об авторах дана кеглем меньшего размера, чем основной текст.

**НАУЧНЫЙ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТ КАК СЕМНОТИЧЕСКИЙ
ОБЪЕКТ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ
ДЛЯ МУЛЬТИМОДАЛЬНОГО АНАЛИЗА**

Евгений Александрович Кожемякин¹,
Татьяна Викторовна Дубровская²

Белгородский государственный национальный
исследовательский университет, Белгород,
Российская Федерация,

¹kozhenyakin@bsu.edu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2991-1011>

²gynergy74@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-0044-6056>

Рис. 3. Пример повышения регистра для обозначения названия публикации

В-третьих, использование различных *иллюстраций, графических*

элементов, видео и иных аудиовизуальных средств позволяют автору сделать более доступным для восприятия и понимания содержание вербального материала. Например, если в публикации приводятся результаты социологического исследования, то цифры, проценты и их пропорции легче воспринимаются через диаграммы. Когда автор говорит об определенном объекте, описывает его свойства, читателям легче понять его, если дано изображение этого объекта (например, см. Рис. 4).

impress girls, others (the strange ones) because they liked the taste. There was no such thing as correction fluid. You thought before you wrote so that you could write correctly the first time. Crossing out was not allowed. Definitely a product-oriented writing pedagogy.



Download : [Download full-size image](#)

Fig. 1. The Sheaffer cartridge-ink pen (1960s) (see <http://www.jackbergsales.com/writing/sheaffercartridge.htm> >>).

You might be shaking your head woefully at my retrograde upbringing, at the mistakes of

Рис. 4. Пример использования иллюстрации в научной интернет-статье

В-четвертых, оформление научной работы во многом зависит от возможностей площадки, где она опубликована. Электронные журналы позволяют насыщать тексты большим количеством статических и динамических иллюстраций, размещать видео; интернет-площадки, где публикуются PDF-версии печатных материалов, такой возможности лишены.

Третья группа факторов – технологические факторы – детерминированы требованиями и возможностями цифровой среды. К ним относятся материально-ресурсные возможности поддержки пользовательского опыта, такие как удобный интерфейс, навигация по тексту и площадке, где размещен материал, в целом.

Данная группа факторов обусловила такие оптические свойства научного интернет-текста как *пластичность* и *вариативность* структуры и оформления, так как в некоторых научных онлайн-журналах есть возможность чтения текста как в PDF-формате, так и в виде веб-страницы с адаптацией текста под различные гаджеты: экран компьютера, планшета, мобильного телефона. Например, статьи журнала «Медиалингвистика» (medialing.ru) представлены и в мобильном формате, удобном для чтения с экрана смартфона, а вот журнал «Медиаобразование» (me.cherkasgu.press/en), хотя так же является электронным, позволяет читать статьи только в формате PDF, более удобном для большого экрана.

Интернет-среда позволяет читателю настроить отображение текста на экране гаджета так, чтобы было комфортно его просматривать. Например, можно изменить размер шрифта или увеличить изображение путем нажатия на его миниатюру. Современные технологии помогают сделать научный текст гипертекстуальным, добавив в него неограниченное количество ссылок на внешние источники, причем ссылки обычно имеют для пользователей визуально понятное оформление (они выделены отличным от основного цвета материала цветом, имеют подчеркивание и т. п.). Также научный интернет-текст можно перевести на родной язык, воспользовавшись встроенным в браузер переводчиком.

И, наконец, *аффордансы*, которые являются важными отличительными элементами в том числе и текстов в интернет-пространстве, оказывают свое влияние и на зрительное восприятие их реципиентами. Появление новых цифровых продуктов и усовершенствование интерфейсов привело к тому, что большое количество действий пользователь выполняет в интернет-пространстве, кликая мышкой или касаясь экрана устройства, эти действия направляются аффордансами, встроенными в виртуальное пространство [Дзялошинский 2021]. Именно они помогают читателям научного интернет-текста выстроить логический путь к получению желаемого результата при взаимодействии с ним, причем на уровне зрительного восприятия.

Аффордансы в научных интернет-публикациях – это различные кнопки, размещенные на интернет-странице, которые позволяют, с одной стороны, комфортазировать взаимодействие читателя с публикацией, а с другой – указывают на то, что читатель может сделать с публикацией на данном портале. Например, в ResearchGate вы можете

скачать PDF-версию статьи, нажав на кнопку «Download» (Рис. 5), а в CyberLeninka – отметить, понравилась или нет публикация, нажав на значок поднятого или опущенного большого пальца; процитировать ее фрагмент, нажав на кавычки; скачать, нажав на символическое обозначение скачивания; закрыть ее, нажав на «крестик» (Рис. 6).

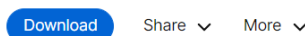


Рис. 5. ResearchGate



Рис. 6. CyberLeninka

Аффордансы становятся полноправными элементами структуры научной публикации, правда, их наличие, количество и условное обозначение больше зависят от площадки и общего дизайна материалов, размещаемых там.

Таким образом, сохраняя строгие требования к содержанию и структуре, характерные для академического дискурса, научные публикации в пространстве интернета обретают новые и значимые оптические свойства, влияющие на их рецепцию. Эти свойства обуславливаются рядом факторов, которые влияют на внешний вид и структуру текстов. Это лингвистические и жанрово-стилистические, экстралингвистические и технологические факторы, а также аффордансы. Научный текст в интернете выходит за рамки стандартной модели коммуникации, его новая материальность буквально заставляет исследователей искать новые подходы к пониманию особенностей его рецепции. Таким подходом могут стать мультимодальные исследования, позволяющие учитывать синтез значений, возникающий в процессе рецепции и интерпретации семиотически сложного объекта, в качестве которого и выступает научный интернет-текст.

Список литературы:

- Белоедова А. В., Кожемякин Е. А. Мультимодальная коммуникация в фокусе исследовательской рефлексии: проблемно-ориентированный подход // Критика и семиотика. 2022. № 2. С. 54–70.
- Дзялошинский И. М. Аффордансы информационно-коммуникационного универсума, или Кто стоит за спиной массмедиа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика.

2021. Т. 26, № 1. С. 92–98.

Кожемякин Е. А., Дубровская Т. В. Научный интернет-текст как семиотический объект: постановка проблемы для мультимодального анализа // Динамика медиасистем. 2023. Т. 3, № 1. С. 163–171.

Кожина М. Н., Крысин Л. П. Научный стиль. Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : Словарь-справочник. Электронное издание; под редакцией А. П. Сквородникова. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. С. 329–331.

Чернявская В. Е. Интерпретация научного текста. изд. 4-е. М.: КомКнига, 2007. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_21594613_14424416.htm

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00109, проект «Рецепция и интерпретация научного текста в интернете: мультимодальный подход».

БЕЛОЕДОВА Анна Викторовна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью Белгородского государственного национального исследовательского университета (г. Белгород), beloedova@bsu.edu.ru

Оксана Борисовна СЕРОСТАНОВА

МЕДИАЭСТЕТИКА СОВРЕМЕННОСТИ В КУЛЬТУРЕ

Современный мир, насыщенный множеством медиатехнологий, создал новую культурную реальность, в которой пребывает человек, и позволил играть медиаэстетике ключевую роль в коммуникации между потребителем контента и самим культурным объектом. В статье затронуты вопросы использования в языке медиаэстетики иконических и символических кодов означивания. Рассмотрена проблема взаимосвязи медиа и культурного пространства, описана роль символических форм медиасредств, таких как кино, социальные сети, реклама и т.д. в процессе формирования и создания эффектов коммуникации.

Ключевые слова: медиаэстетика, медиа, медиатехнологии, иконический код коммуникации, символический код коммуникации, культура, геобренд, образ.

Oksana B. SEROSTANOVA

MEDIA AESTHETICS OF MODERNITY IN CULTURE

The modern world, saturated with a variety of media technologies, has created a new cultural reality in which a person resides. It allowed media aesthetics to play a key role in communication between the consumer of content and the cultural object itself. This article will address the issues of using iconic and symbolic signification codes in the language of media aesthetics. The problem of interrelation of media and cultural space is considered, the role of symbolic forms of media, such as cinema, social networks, advertising, etc. in the process of formation and creation of communication effects is described.

Keywords: media aesthetics, media, media technologies, iconic code of communication, symbolic code of communication, culture, geobrand, image.

Медиаэстетика в настоящее время становится одной из важнейших областей, связанных с исследованием коммуникации в цифровом мире. Иконические и символические коды означивания, используемые при создании значимости в культурных объектах, таких как фильмы, телешоу, реклама, связи с общественностью, музыкальные проекты, телевидение и т. п., – представляются важными элементами медиаэстетики.

При исследовании медиа и их воздействия на массовую аудиторию становится возможным достичь понимания взаимосвязи иконических и символических кодов означивания культурных объектов на наше восприятие и интерпретацию реальности.

Главной целью статьи выступает рассмотрение процесса использования иконического и символического кодов означивания в медиакоммуникации и оценка возможностей данных кодов при создании и передаче сложных идей и концепций посредством медийных форм.

В область задач данного исследования входит и вопрос о том, как иконические и символические коды означивания влияют на медиа в частности и культуру в целом.

Актуальность данного исследования связана с раскрытием тонких механизмов создания эффективных коммуникационных сообщений и дальнейшего их использования для улучшения восприятия медиаконтента в контексте развертывания культурного пространства.

Проблематика медиаэстетики современности рассматривают в своих трудах зарубежные и отечественные авторы: Д. Хоитби, М. Хэндл, У. Дж. Митчелл, М.Э. Дудли, Л. Манович, А. Волков, В. Осипов, А. Пивоваров, А. Варламов, Е. Кожемякин и др. Данные авторы сконцентрированы на исследовании многих аспектов медиа:

- анализ визуальной культуры и изучение функций визуальных образов в произведениях искусства;
- изучение экономических, социальных и культурных процессов, связанных с созданием, продвижением и потреблением медиапродукции;
- взаимодействие между новым медиа и культурой в эпоху медиатизации и цифровизации;
- описание и анализ стереотипов и предпочтений аудитории;
- влияние потребления медиа на мышление, поведение человека и культуру в целом.

Указанные направления – лишь малая часть того, что связано с проблематикой медиаэстетики современности. Отметим, что вопрос о медиаэстетике возник не с активизацией процессов цифровизации и медиатизации общества, а с появлением критической теории культуры в начале XX века, когда массовое вовлечение аудитории в экономические и политические процессы становилось обычной практикой. В этот же период Т. Адорно и М. Хоркхаймер делают попытку определить, что происходит с культурой и почему культурные продукты становятся на массовый поток производства [Адорно, Хоркхаймер 1997: 150]. Они назвали данные процессы культурными индустриями. Авторы отмечали, что конвейерное производство продуктов культуры связано с активным внедрением медиа в нашу жизнь.

Затем появляется проблема символического насилия, агрессии и идеологического контроля, раскрытая в работах П. Бурдьё и Л. Альтюссера. Описывая форму символической агрессии телевидения, П. Бурдьё указывает на то, что реализуется она благодаря знакам, которые способствуют пассивному молчаливому согласию массовой аудитории с распространяемой СМИ информацией. Подобными знаками выступают образы «мужчины и женщины на экране... их манеры держаться, выражение лица и т. п.» [Бурдьё 2002: 31]. Л. Альтюссер в работе «Идеология и идеологические аппараты государства» пишет, что, в сущности, человек и общество сталкиваются с воображаемой и материальной идеологией, которые в своей сути «представляют воображаемые отношения индивидуумов с реальными условиями их существования» [Альтюссер 2011: <http://>].

В. Беньямин в свое время пишет, что культурная практика воспроизводимого объекта утрачивает свою ауру, являющуюся свидетельством конкретного авторства [Беньямин 1996: 20]. У культурных объектов исчезает качество уникальности, замещаемое массовизацией. Это приводит к искажению процессов распредмечивания и служит подспорьем для гомогенности сознания.

Ю. Хабермас в своих работах позже отмечает, что сращивание рыночной экономики и культуры приводит к исчезновению общественной сферы, что повлечет за собой кризис коммуникации [Хабермас Ю. 1995: 133]. Философ указывает на тесную связь культурно-революционных тенденций с дестабилизацией общества [Хабермас 1995: 85].

В 70-е годы XX века на волне формирования информационного общества появляется идея симуляции и новая эстетика утраты очарования Ж. Бодрийяра. Общая идея прометеев при рассмотрении медиаэстетики заключалась в описании того, как с помощью иконических и символических каналов коммуникации донести идеи индустриализации и информатизации. Данная медиаэстетика фокусировалась на внутренней социальной значимости объекта искусства за счет чего означаемое и означиваемое встраивались в систему существующих социальных отношений и коммуникации. Ж. Бодрийяр подчеркивал мысль о том, что «смысл образа состоит в абстрагировании от трехмерного мира и переходе в двумерный», однако именно виртуальность заставляет нас нарушить этот ход [Бодрийяр <http://>]. Создание иллюзии образа приводит к симуляции и абстрагированию мира. В своей работе «Эстетика утраты иллюзии»

Ж. Бодрийяр продолжает мысль В. Беньямина о том, что, помимо ауры оригинальности, существует аура симулякра [Бодрийяр <http://>].

Итак, стоит отметить, что в обществе потребления возникает парадокс медиаэстетики, заключающийся в том, что иконическая составляющая продолжает существовать, однако символический код культурного объекта замещается визуализацией.

Современная медиаэстетика рассматривается скорее в качестве реакции на растущую важность взаимодействия медиатехнологий и культурного пространства, с помощью которого запускается развитие новых форм искусства и культуры. Вместе с тем существующие медиатехнологии произвели переоценку смысла эстетического восприятия в культуре и создали новые возможности для развития визуального образа в искусстве.

В целом, стоит отметить, что медиаэстетика современности является продолжением тренда на включение в культурное пространство новых и неожиданных форм искусства. Этот тренд можно найти в различных культурных проявлениях, от современного кино до искусства граффити. У. Дж. Митчелл пишет о том, что «образы, несомненно, обладают некоторой властью, но они могут оказаться гораздо слабее, чем мы думаем» [Митчелл 2015: <http://>].

Для описания современной медиаэстетики используется не только язык теории, но и практика, включающая исследования в области стриминговой музыки, модернизации арт-пространства посредством арт-кластеров, литературы и кино.

В настоящий момент креативные отрасли экономики стимулируют развитие геобренда и улучшение качества среды обитания человека. В условиях медиатизации общества геобренд воспринимается как форма коммуникации, сочетающая в себе признаки иконических и символических знаков. Формирование геобренда всегда включает в себя создание уникального образа территории, позволяющего означать не только ее историческую, культурную, природную особенность, но и способность быть отличимой от других. Т. Нагорняк предполагает, что бренд территории выступает в качестве «...системы коммуникативно-знаковых интеракций, осуществляемых в пределах определенного коммуникативного канала и выявляемых в совокупности своих вербальных и невербальных компонентов [Нагорняк 2013: <http://>]. Эффективность коммуникации геобренда с аудиторией напрямую зависит от направленности коммуникационной компании, поддерживаемой разными медиа.

Подобная ситуация наблюдается и в культурных индустриях, в которых брендируемые культурные феномены несут информацию о ценностях, предпочтениях, идентичности и идеалах. Технологии брендинга культурного продукта включают в себя не только набор методов и инструментов маркетинга, позволяющих продвигать его на арт-рынок, но и коммуникативные технологии, с помощью которых можно создавать, перерабатывать и распространять информацию.

Медиа как посредники в процессе восприятия продукта творчества становятся особой материальной социальной практикой [Медведева 2021: <http://>]. Интернет, новые медиатехнологии и социальные сети стали наиболее значимыми средствами выражения и распространения медиаэстетики современности. Данное утверждение подтверждается тем, что многие пользователи сетей используют их в качестве инструмента для создания, распространения и комментирования различного видеоконтента, фотографий, музыки и др., что позволяет выражать свои предпочтения и идеи.

Вместе с тем это снижает качество культуры, а, значит, ставит под угрозу высокие требования медиаэстетики. Очень легко создать визуализированный контент, который не несет смысловой нагрузки, но привлекает пользователей. Однако вследствие подобных действий происходит размывание культурных ценностей. Последствием данных явлений может выступать произвольная связь между знаком и обозначаемым им объектом [Кожемякин 2013: <http://>].

Таким образом, медиаэстетика становится важной составляющей современного мира. На мой взгляд, ее главной задачей выступает развитие теории и практики, способствующее определению и манипулированию медиатехнологиями в культуре. Главной целью в данном процессе становится создание такого продукта, который будет улучшать культурное производство и укреплять культурные ценности в обществе. С помощью изучения медиаэстетики современности возможно понять, каким образом медиатехнологии формируются и используются для создания медиаконтента, соответствующего эстетическим, культурным потребностям и запросам общества.

Список литературы:

- Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика просвещения. М., СПб: Медиум, Ювента, 1997. 312 с.
Альтюссер Л. Идеология и идеологические аппараты государства //

- Неприкосновенный запас. 2011. №3. URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2011/3/ideologiya-i-ideologicheskie-apparaty-gosudarstva.html> (дата обращения: 23.08.2023).
- Беньямин В.* Произведения искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / Под ред. Ю.А. Здороваго. М. : Медиум, 1996. 240 с.
- Бодрийяр Ж.* Эстетика утраты иллюзий // Электронная библиотека «RoqalLib.com». URL: https://royallib.com/book/bodriyyar_gan/estetika_utrati_illyuziy.html (дата обращения: 22.08.2023).
- Бурдые П.* О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т. В. Анисимовой и Ю. В. Марковой. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. 159 с.
- Кожемякин Е. А.* Семиозис массовой культуры: общая модель и частные дескрипции // Современный дискурс-анализ. 2013. Вып. 7. URL: <http://www.discourseanalysis.ru/ada7/st49.shtml> (дата обращения: 20.08.2023).
- Медведева А. Р.* Медиаэстетические функции интерфейса культурно-просветительской журналистики (на примере проекта «Арзамас») // Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27. №3. URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/103544> (дата обращения: 19.08.2023).
- Митчелл У. Дж.* Что на самом деле хотят картинки? // Художественный журнал «Moscow art magazine». 2015. Вып. № 94. URL: <https://mam.garagemca.org/issue/1/article/60> (дата обращения: 22.08.2023).
- Нагорняк Т.* Брендинг территории как вектор политики // Знание. Понимание. Умение: информационно-гуманитарный портал. 2013. № 4 (июль – август). URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/4/Nagornyak_Place-Branding/ (дата обращения: 23.08.2023).
- Хабермас Ю.* Демократия. Разум. Нравственность. Московские лекции и интервью. М.: АО «КАМІ», Издательский центр Academia, 1995. 245 с.

СЕРОСТАНОВА Оксана Борисовна – кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики и издательского дела, Луганский государственный педагогический университет (г. Луганск).

Анастасия Алексеевна ДЬЯКОВА

ДЕСТРУКТИВНОСТЬ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА КАК АКТУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ В БЛОГАХ УЧИТЕЛЕЙ

На материале блогов учителей рассмотрены факторы коммуникативного поведения родителей школьников, являющиеся деструктивными для учителя. Описанные речеповеденческие ситуации в системе отношений «учитель – родитель» характеризуются всеми признаками неэкологичного общения и способствуют развитию негативных явлений не только в образовательной среде, но и в обществе в целом.

Ключевые слова: педагогический дискурс, институциональный дискурс, персональный дискурс, коммуникативное поведение, деструктивность.

Anastasya A. DYAKOVA

DESTRUCTIVITY OF PEDAGOGICAL DISCOURSE AS AN ACTUAL CONTENT IN TEACHERS' BLOGS

The factors of the communicative behavior of schoolchildren's parents that are destructive for the teacher are considered using the material from teachers' blogs. The described speech-behavioral situations in the "teacher-parent" relationship system are characterized by all the signs of non-ecological communication and contribute to the development of negative phenomena not only in the educational environment, but also in society.

Key words: pedagogical discourse, institutional discourse, personal discourse, communicative behavior, destructiveness.

На современном этапе развития общества вопросам деструктивности (от лат. *destructio* – «разрушение») коммуникации в различных сферах жизни уделяется все большее внимание. В частности, в науке о языке отмечается увеличение числа публикаций, посвященных тем или иным проявлениям деструктивности в педагогическом дискурсе, что свидетельствует о нарастании и обострении данной социальной проблемы. Под деструктивным мы будем понимать общение, направленное на причинение морального и физического вреда и характеризующееся сознанием собственной правоты после совершения деструктивного действия [Волкова 2013: 323]. Деструктивное коммуникативное поведение представляет собой совокупность речевых действий, вызывающих различные негативные эмоциональные реакции адресата.

Деструктивность в педагогическом дискурсе реализуется в системах

отношений «учитель – ученик», «учитель – родитель», «молодой учитель – опытный учитель», «учитель – руководство школы» [Волкова, Панченко 2022], [Дьякова 2022а], [Дьякова 2022б], [Пригарина 2023]. Материалом исследования для данной статьи послужили публикации учителей и комментарии к ним на блог-платформе «Дзен». Авторы контента – учителя – пишут об актуальном и «наболевшем» в их работе. Мы рассмотрим один из векторов деструктивности в педагогическом дискурсе, описываемой в блогах, – деструктивное коммуникативное поведение родителей по отношению к учителю.

В последние годы доля коммуникации учителей и родителей в педагогическом дискурсе заметно увеличилась (в том числе в связи с более активным применением электронных средств коммуникации), а вместе с тем возросло влияние ее качества на процесс обучения в целом: *Сейчас, на мой взгляд, наблюдается тенденция к усилению родительского контроля над происходящим в школе. Иногда это достигает крайне резких форм. ...на самом деле это серьезная проблема, которая оказывает негативное влияние на весь образовательный процесс* [<https://dzen.ru/a/ZOHk8S9c-Squa16y>].

Отношение родителей школьников к учителям отражает общие закономерности развития российского общества. Исследователи отмечают общую тенденцию к девальвации образа учителя в разных сферах жизни социума (в кинематографе, СМИ [Шипулина 2010], [Маченин 2016], [Пригарина 2022]) с советского периода и до настоящего времени: от высокого положения на шкале социального престижа в сторону понижения. В современном педагогическом дискурсе даже ключевой концепт «призвание учителя» приобретает деструктивный характер. К примеру, понятийная составляющая содержательной структуры концепта «призвание» представлена в следующем фрагменте публикации «Призвание учителя в жизни в ущерб в себе? Быть ресурсом и расходным материалом на пути учеников к хорошей жизни?»: **Что под педагогическим призванием понимают родители?** *Безусловно любить каждого ребенка. Воспитывать только похвалой. Быть готовым работать внеурочно и бесплатно, если это нужно ученику или его маме. Быть на связи 24/7. Никогда не думать плохо ни про учеников, ни про их родителей. Всегда быть готовым решить любую бытовую проблему школьника (забыл, не знал, потерял). Вести урок так, чтобы даже заядлый ютубер Вася и чемпион компьютерных игр с 4-х лет слушал с открытым ртом. Свои интересы ставить на второй план. Перемены*

в жизни планировать исключительно летом (смена работы, переезды, операции, свадьбы, похороны, в том числе и свои). Воспринимать хамство и неуважительное общение от учеников и родителей как норму [https://dzen.ru/a/ZHeystGtjneajVXk?encoded_pulse_user_info=G4NG9J_e-_77ukAdksCGKclFXfFOLmn5wDWrmv2FwDxSMDcn3Mn9FAjYcaZxkbpPcFW6dmOi3D7FBsKsCeeZzZw:1692350854521&from_site=mail].

В приведенном текстовом фрагменте отражены ядерные признаки концепта «призвание»: любовь и доброе отношение к детям, самоотдача, готовность помогать, способность давать новые знания в увлекательной форме, ответственность, терпимость/толерантность. Однако для их вербализации автор публикации применяет приемы иронии и гиперболизации, что отражает его оценочное отношение к предмету речи, вызванное негативным опытом общения с родителями учеников, и указывает на ценностную составляющую рассматриваемого концепта. Ценностный компонент концепта «призвание» отражен также в ряде комментариев к данной публикации: *Но и «призвание», конечно, словечко очень размытое, чаще всего – манипуляционное...; Почему-то про призвание вспоминают, когда: 1) не могут справиться со своим ребенком; 2) ребенок предоставлен самому себе; 3) ребенок забывает болт на учебу; 4) ребенок систематически не успевает; 5) ребенок занимается на уроке черте чем. И главное – когда нужно чем-то попрекнуть учителя; Взывает к призванию тот, кто хочет халявы. Как только речь заходит о чём-то таком я всегда говорю, что хожу на работу ради денег. Знатно тут у родителей бомбит!* [<https://dzen.ru/a/ZHeystGtjneajVXk>]. Таким образом, при коммуникации в системе «учитель – родитель» само апеллирование к названному концепту, его вербализация родителем расценивается как манипулятивная тактика по отношению к учителю, как способ перекалывания на учителя ответственности родителей за успехи/неудачи их собственного ребенка.

Деструктивность педагогического дискурса, те или иные аспекты которой выявляются при рассмотрении ядерных признаков концепта «призвание учителя», во многом обусловлены применением в общении учителей и родителей моделей коммуникативного поведения, целесообразных исключительно в личностно-ориентированном общении. Обычно это происходит вследствие недостаточной коммуникативной компетенции родителей, из-за отсутствия у них

знаний о специфике вербального взаимодействия в различных институциональных дискурсах и навыков смены регистра общения. На основе наблюдений над материалом исследования можно заключить, что деструктивными являются следующие принципы коммуникативного поведения, распространенные в межличностной коммуникации, но неприемлемые в педагогическом дискурсе:

1. **Несоблюдение регламента общения**, которое приобрело статус одной из наиболее острых проблем педагогического дискурса относительно недавно, начиная с периода пандемии COVID-19. Решающим фактором стало обязательное, подчас принудительное для учителя использование мессенджеров в качестве канала коммуникации с родителями. Если раньше взаимодействие родителей и учителей вне родительских собраний предполагало личный визит родителя в школу в рабочие часы учителя для обсуждения действительно важных вопросов, то с распространением мессенджеров формат коммуникации в групповых чатах сблизился с частной межличностной перепиской со всеми сопутствующими признаками: свободное обращение по малозначительным поводам, возможность писать в любое время суток, убежденность в праве на недовольство скоростью реагирования адресата: *«Татьяна Михайловна была в сети 15 минут назад, значит можно ей сейчас написать, она явно еще не спит»*, – думает обеспокоенный несправедливой четверкой родитель и начинает печатать длинное сообщение. Знакомо? [https://dzen.ru/a/YJjCnn_8ui2eCViw?sid=10903371346405402]. Вместе с этим подобная модель взаимодействия распространилась на звонки учителю по его личному телефону: *А дела не прекращаются, т.к. родителям вечером нужно позвонить и спросить домашнее задание, высказаться по поводу выставленной отметки и т.д. Почему-то думать о том, что у учителя наступило время эмоциональной разгрузки после рабочего дня, не хотят* [<https://dzen.ru/a/X8u6aMJqoTG2YE7F?sid=107374218716190178>]; *Я оказалась в этой ситуации совершенно беспомощной: выслушивала, разговаривала. Мне было сложно не взять трубку: вдруг что-то случилось? Остановить разговор я тоже не могла. Воспитание не позволяло... Конечно, таким родителям стоит дать понять, что учителю нужно отдыхать. Это в интересах ребёнка в том числе* [<https://dzen.ru/a/YJFAf7jzSwTSOG07?sid=104988805189382964>].

Нарушение личных границ, в частности права на отдых во внерабочее время, является одной из причин выгорания или нежелания

работать в школе, которую наиболее часто упоминают учителя в своих блогах: *Много лет добросовестно учила детей. Более чем добросовестно. С недавних пор просто хожу на работу, оказываю услуги. Зашла в кабинет и вышла из него. Телефон никому не даю. На звонки не отвечаю. Хотите узнать о своем ребенке, будьте добры пожаловать в школу. За что боролась, на то и напоролась* [<https://dzen.ru/a/X5fR2o3MXGE8hyr-?sid=107374218716190178>].

2. Обсуждение учителя родителями. Обсуждение качеств и поступков людей, оценочность и субъективность – типичные черты персонального дискурса. Материал исследования показал два частотных варианта подобного коммуникативного поведения в педагогическом дискурсе, и они оба реализуют стратегию дискредитации, ведут к умалению достоинства и авторитета учителя. В первом случае родители негативно отзываются об учителе при ребенке и тем самым подают ему пример деструктивного общения: *«Вера, ну, что там твоя училка задала?» – листая дневник дочери, спросила моя приятельница и, увидев задание, продолжала – «опять целую кучу уроков делать, как она достала!» Я, будучи учителем, не могла не поинтересоваться, почему она так неуважительно называет учителя. На что получила целый поток возмущения в адрес учительницы, какая же она вредная и противная* [<https://dzen.ru/a/X5fR2o3MXGE8hyr-?sid=107374218716190178>]; *Нередки случаи, когда родитель чем-то недоволен и может сказать при ребенке про его учительницу: «Ну и дура»* [<https://dzen.ru/a/Yy7HW-lrXo2K2PLx?sid=416142121661439>].

В приведенных контекстах мы находим наиболее распространенные оскорбительные номинации учителя, встречающиеся в материале исследования: экспрессивно-оценочная инвектива «дура» и инвектива-профессионализм «училка». Инвективная лексика служит типичным средством речевой агрессии, она дает отрицательную оценку объекта речи и используется с целью понижения его статуса и/или уровня его самооценки. Описанные выше речевые действия родителей подрывают доверие ребенка к учителю, разрушая основу конструктивного взаимодействия в процессе обучения. Вместе с тем ребенок усваивает и принимает как должное манеру общения, принятую в семье, что впоследствии с высокой вероятностью приведет к коммуникативным неудачам не только в школе, но и в других сферах общения. Кроме того, язык служит важным инструментом формирования картины мира развивающейся личности. Деструктивность описанного выше коммуникативного поведения не ограничивается педагогическим

дискурсом и отношением к учителю, оно деформирует личность ребенка, прививая ему деструктивное мышление: *Если ваши дети не уважают учителей, если вы в их присутствии позволяете себе критику других взрослых, в том числе учителей, то будьте готовы к тому, что однажды ваши дети проявят такое же отношение к вам* [<https://dzen.ru/a/X5fR2o3MXGE8hyr-?sid=107374218716190178>].

Второй случай – обсуждение, а иногда и осуждение учителя в родительских чатах: *Вообще в последнее время учителя часто пишут о том, что родители бесцеремонно поучают как и чему учить нужно их чад... Учительница задала выучить стихотворение и к нему нарисовать рисунок. И что? Оказалось, что очень большое задание. Нужно или рисунок или стихотворение... А особо активные родители вынесли вопрос на обсуждение в чат. Начинается накрутка всех – от родителей, до учителей... Пока выяснится истина, нервы учителя будут значительно потрепаны* [<https://dzen.ru/a/X8u6aMJqoTG2YE7F?sid=107374218716190178>]. В подобных ситуациях деструктивность коммуникации заключается в ущербе, причиняемом не только эмоциональному состоянию и психическому здоровью учителя, но и (что, по всей видимости, неочевидно для родителей) образовательному процессу: у учителя снижается мотивация к вовлеченной педагогической деятельности, что неизбежно сказывается на качестве знаний детей.

3. Обращение на «ты» к учителю. Институциональные дискурсы, в том числе педагогический, предполагают общение на «Вы». Использование родителями местоимения «ты» в адрес учителя считается недопустимым, нарушающим субординацию, а в некоторых случаях – манипулятивным: *Родители обращаются к учителям на «ты» по двум причинам. Либо это бесцеремонность, либо большое уважение, любовь и дружба навеки. Первая причина встречается чаще. Люди таким образом просто обесценивают учителя.... Ещё есть родители школьников, которые стараются стать «друзьями» педагога, чтобы что-то от него получить, например, хорошие оценки. Поэтому верить, что обращение на «ты» – это хорошее отношение, не стоит* [<https://dzen.ru/a/XhLmPl1sSwCvRoMZ?sid=9730457519438209>].

В любой из обозначенных ситуаций обращение на «ты» со стороны родителя причиняет учителю моральный ущерб. Реализуемая с помощью местоимения 1-го лица единственного числа тактика сближения коммуникантов в первом случае репрезентирует стратегию

дискредитации, понижая статус учителя в институциональном дискурсе. Авторитет педагога, уважение к нему основываются на признании коллегами, учащимися и их родителями его высокого уровня профессиональной компетенции. Использование родителем личного местоимения «ты» выступает маркером того, что педагог воспринимается адресантом на равных или даже ниже по статусу и, таким образом, не заслуживает обращения на «Вы». Во втором случае реализуется стратегия манипулирования в целях сближения с педагогом ребенка, установления с ним приятельских отношений. Личное «ты» вместо отстраненного «Вы» выражает подкупающую симпатию («любовь и дружба навеки») со стороны родителя ученика. Однако подобное речевое действие носит деструктивный характер, т.к. навязывает учителю модель коммуникации, при которой ему сложнее сохранять объективность при оценивании успехов учащегося (установка «мы же с тобой свои люди, а своих нужно поддерживать, даже если они в чем-то неправы»). В коммуникативных ситуациях, реализующих любую из двух обозначенных выше стратегий, моральный дискомфорт, который испытывает учитель, усиливается тем, что он оказывается вынужденным искать способ тактичного указания родителю на необходимость соблюдения этики общения в педагогическом дискурсе.

4. Упреки в адрес учителя — еще одна тактика в рамках стратегии дискредитации. Как и в лично-ориентированном дискурсе, применяется открыто/свободно, по малозначительным поводам, без достаточных оснований, с переходом на личности: *Первая четверть это треш. Родители пятиклассников (а в параллели 3 класса, это в среднем 75 учеников) находят твой номер и начинают звонить с претензией «А почему вы не проверили записал ли мой сын/дочь домашнее задание? Вам же не трудно в конце урока пройти по рядам и проверить все ли правильно записали. Вот теперь мы не можем найти что нам делать».* АААААААА!!!! [<https://dzen.ru/a/YHuoouurHID11vC7v>]. Разновидностью тактики упрека является упрек в форме вопроса: *«А в том классе программу вот так проходили, а у нас вот так. Там поменяли местами, а здесь нет. Почему? Сколько часов по программе проходят числительные?»* Открываем журнал, отвечаем: *14 часов.* *Спрашивающему кажется, что мало... Родители, безусловно, имеют право на любой вопрос, но они часто задают их недоброжелательно, не для того, чтобы понять, а чтобы проконтролировать, все ли так делает учитель с его, родителя, точки зрения* [<https://dzen.ru/a/Yy7HW->

lrXo2K2PLx?sid=416142121661439]. Негативная эмоциональная тональность высказывания не снижается его вопросительной формой; наоборот, учитель оказывается в положении подчиненного, отчитывающегося в своих действиях перед строгим начальством, которое контролирует качество его работы. И даже в более мягких формулировках вопросов читается недоверие к действиям учителя.

5. **Угроза.** Эта коммуникативная тактика родителей упоминается учителями по разным поводам (распределение ребенка не в тот класс, не к тому учителю и т.д.), но в основном в связи с недовольством низкими оценками: *При том угрожают не только ЗВОНКОМ «куда надо»! Но и тем, что с завтрашнего дня Я здесь уже работать не буду – меня уволят...*

[<https://dzen.ru/a/YAWLn5TcvU6moxpZ?sid=6717441312615699>].

В педагогической среде бытует неофициальное понятие «родительский терроризм», которое уже само по себе указывает на деструктивный характер стоящего за ним явления: *Раньше страшной была фраза учителя «я сейчас маму вызову». Сейчас страшной стала фраза ученика «я сейчас маму вызову». Знаете почему? Если ребенок даже не пытается решить спорную ситуацию, а заранее знает, что придет его мама и начнет скандал, это навсегда* [https://dzen.ru/a/YGsjsgaR5k_h7fDy]. Этим широким понятием обозначаются как прямые, общепризнанные деструктивные речевые действия родителей (хамство, угрозы и т.д.), так и косвенные, внешне вежливые формы неэкологичного поведения («добрые советы», повышенное внимание к успеваемости ребенка, выражающееся в ежедневном потоке вопросов по любому поводу, и т.д.). «Родительский терроризм» наносит психологический ущерб учителю, разрушает его самооценку, что в итоге пагубно влияет на всех участников образовательного процесса: *Во-первых, он [родительский терроризм. – А.Д.] может негативно повлиять на психологическое состояние учителя. Постоянное давление и угрозы могут создать у них стрессовую ситуацию, привести к понижению профессиональных навыков. Во-вторых, этот феномен оказывает отрицательное влияние на учеников. Когда родители проявляют агрессивное поведение по отношению к учителям, дети могут повторить такое же поведение, не уважать и не ценить своих учителей, а это негативно сказывается на образовательном процессе* [<https://dzen.ru/a/ZOHk8S9c-Squa16y>].

Описанный формат коммуникации в педагогическом дискурсе

деструктивен, и причиняемый им вред не ограничивается рамками школы и образовательным процессом. Он способствует развитию многих негативных явлений в обществе: нарастанию агрессии, социальной розни, падению нравов. Проблема взаимодействия учителей и родителей является очень острой и имеет множество аспектов. Главные из них упоминаются в публикации «Обращение учителя к родителям»: *Уважаемые родители, мне хочется обратиться к вам из-за непрекращающегося шквала негатива по отношению к учителям...* [<https://dzen.ru/a/Xf82iD9UhwCsXpru?sid=416142121661439>].

Пользователи сети оставили более тысячи комментариев к данной публикации (подавляющее большинство – в поддержку) и более 3,2 тыс. раз отметили ее знаком одобрения («лайком»).

Представленный выше перечень деструктивных факторов коммуникации в системе «учитель – родитель» не претендует на полноту и может быть продолжен. Все рассмотренные проявления деструктивности в общении родителей и учителей связаны с переносом в педагогический дискурс моделей коммуникативного поведения, типичных для личностно-ориентированного дискурса, и характеризуются всеми признаками неэкологичного общения: нетолерантностью, эмоциональной рассогласованностью, неадекватной тональностью общения, нарушением коммуникативных норм.

Список литературы:

- Волкова Я. А. Деструктивность как характеристика неэкологичного межличностного общения // Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве. – Волгоград: Перемена, 2013. – С. 323–337.
- Волкова Я. А., Панченко Н. Н. Коммуникативные параметры деструктивности в педагогическом дискурсе // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2022. – № 4. – С. 23–33.
- Дьякова А. А. Деструктивность игнорирования, или О важности «вербальных поглаживаний» (на материале педагогического дискурса) // Известия Волгогр. гос. педагог. ун-та. – 2022а. – № 3 (166). – С. 258–263.
- Дьякова А. А. Стратегии и тактики деструктивного речевого поведения учителя // Известия Волгогр. гос. педагог. ун-та. – 2022б. – № 6 (169). – С. 163–170.
- Маченин А. А. Собираемый образ школьного учителя в отражении теле/кино/интернет медиапространства // Медиаобразование. – 2016. – № 3. – С. 23–48.
- Пригарина Н. К. Негативные оценочные суждения в межличностном профессиональном общении учителей как проявления деструктивного коммуникативного поведения // Современное педагогическое образование. – 2023. – № 7. – С. 338–341.
- Пригарина Н. К. Социальная перцепция образа российского учителя в

современном медиадискурсе // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – № 4 (95). – С. 353–355.

Шипулина Н. Б. Образ учителя в советском и современном российском кинематографе // Известия Волгогр. гос. педагог. ун-та. – 2010. – № 8 (52). – С. 4–16.

ДБЯКОВА Анастасия Алексеевна – кандидат филологических наук, доцент, Волгоградский государственный социально-педагогический университет (г. Волгоград).

Елена Игоревна МОРОЗОВА

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ КАНОНИЧЕСКОГО ОБРАЗА В ДИСКУРСЕ БЕЛОРУССКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ 1956 – СЕР. 1990-Х ГГ.

Установлены стратегии конструирования канонического образа на белорусском телевидении 1956 – 1990-х гг., в том числе интертекстуальные включения (аллюзии, реминисценции, интерстилевое тонирование и др.), которые реализуются аудиовизуально и имплицитно. Показано, что в условиях свободного обмена информацией приемы создания канонического образа, характерные для белорусского советского телевидения, не способствуют установлению диалога между автором и зрителем.

Ключевые слова: дискурс-анализ; интертекстуальность; риторические стратегии; канонический образ; аллюзии; реминисценции; межстилевое тонирование.

Elena I. MOROZOVA

COMMUNICATIVE STRATEGIES FOR CREATING A CANONICAL IMAGE IN THE BELARUSIAN TELEVISION DISCOURSE 1956 - EARLY 1990s.

The article substantiates the importance of using historical experience to create popular series in the audiovisual media of the 21st century. For the first time, based on the vast material of programs and documentaries of Belarusian television from the moment of its foundation until the early 1990s, rhetorical strategies for creating a canonical image are studied using the example of the image of V. Lenin. It is shown that the canonical image is created mainly with the help of intertextual inclusions (allusions, reminiscences, interstyle toning, etc.), which are realized, including audiovisually, and are introduced mainly implicitly. It has been established that the considered rhetorical strategies remain unchanged even in the early 1990s, when the role of the spiritual teacher of society passes from V. Lenin to F. Skorina. It is shown that in the conditions of significant social transformations of the early 1990s, the methods of creating a canonical image, characteristic of the Belarusian Soviet television, do not contribute to establishing a dialogue between the author and the viewer.

Keywords: discourse analysis; intertextuality; rhetorical strategies; canonical image; allusions; reminiscences; interstitial toning.

В условиях интенсивного развития интернета электронные медиа вынуждены искать всё новые эффективные средства для диалога со своей аудиторией. Чтобы понять

целесообразность и перспективность использования той или иной коммуникативной стратегии, ее функцию в речи и реакции, которые она может вызвать, зачастую необходимо обратиться к опыту телевидения, где многие приемы уже были успешно применены по отношению к разным аудиториям.

В удачно найденных речевых стратегиях проявляется общий для автора и зрителя способ понимания окружающего мира с характерной для него системой художественных образов. Очевидно, что большую часть своей истории белорусское телевидение существовало в рамках советского дискурса, ключевым для которого большинство исследователей считают образ В. Ленина. В том, что его создавали по особым правилам, которые передавались в основном устно, чем приближались к религиозным, библейским законам, находят консенсус исследователь советской и латиноамериканской поэзии Л. Доуссоу Ромеро, теоретик архитектуры и живописи советского авангарда Б. Гройс, исследователь кинематографа И. Рачук и др. На материале белорусских аудиовизуальных медиа этот образ до сих пор практически не был изучен.

Для характеристики стратегий создания канонического образа на белорусском советском телевидении в статье используется подход профессора лингвистики Ланкастерского университета, основателя школы критического дискурс-анализа Н. Фэркло, который считает, что определяющим для дискурса является характер его интертекстуальности и интердискурсивности, то есть связи с другими текстами и родственными дискурсами [Филлипс 2008: 25]. В нашем исследовании это христианский религиозный дискурс с центральным текстом Библии и образом Христа, богоподобного человека, который несёт прогрессивные идеи, творит чудеса, но остаётся непонятым невежественным большинством, погибает в страданиях ради лучшего будущего людей, но воскресает, смотрит на общество с небес и пророчит рай после смерти тем, кто следовал его заповедям при жизни [Крывелёв 1975]. Исследовать коммуникативные стратегии создания канонического образа помогает разработанная кандидатом филологических наук С.В. Зеленко методика, которая предполагает следующий порядок этапов анализа: выделение интертекста в лексическом потоке, определение отношения автора к лексеме, определение функции интертекстуального включения в тексте, прогнозирование реакции аудитории [Зеленко 2012: 73].

Прежде всего, отметим, что в передачах используется риторическая

стратегия *интерстилевого тонирования*. В частности, чтобы сделать образ героя-богочеловека более ярким, авторы используют прием самоуничтожения, свойственный средневековому жанру хождений монахов в Святую Землю. Например, в передаче «По заповедям великого Ленина» (1957 г.), описывая состояние общества до политической деятельности В. Ленина, создатели передач говорят: «*Мы были тогда очень бедны*», в передаче «С уважением к наследию» (1990 г.), посвященной славянскому первопечатнику Ф. Скорине, говорится о душевной боли «*... за нашу прекрасную землю, к которой мы так небрежно относились и теперь для ее спасения требуются чрезвычайные усилия*».

Так же, как и в религиозные произведения, в передачи и телефильмы часто включаются довольно объемные прямые цитаты В. Ленина, а позже Ф. Скорины, которые не трактуются авторами программ критически, а выглядят заветами для тех, кто стремится обрести надежду на лучшую жизнь. При вводе цитат часто используется прием реверберации: голос актера раздается эхом, словно разносится повсюду, чтобы подчеркнуть масштаб высказываний персонажа, их высокую значимость для людей всего мира. Примечательно, что при озвучивании цитат обычно показывают фрагменты из книги, в которой они напечатаны, как будто это строки из Священного Писания.

Большинство риторических стратегий, используемых в передачах и телефильмах белорусского советского телевидения для создания образа духовного лидера, носят имплицитный характер, что связано с «нелегальным» положением, в котором находилась религия в то время. Реминисценции (чаще всего – припоминание ситуации) и аллюзии (в основном соотнесение предметов и событий друг с другом) к образу Христа применяются для того, чтобы подчеркнуть уникальность образов В. Ленина и Ф. Скорины, а следовательно, и авторитет этих личностей для зрителя. С помощью реминисценций подчеркивается, что канонический персонаж морально выше других, потому что создан по «образу и подобию Божию». Недаром В. Ленина, например, в телевизионной программе «Эхо дня» (эфир 25 апреля 1986 г.) называют «поводырем» и «самым человечным человеком». Один из телефильмов, посвященных славянскому первопечатнику, называется «Франциск, сын Скоринин» (1989), и здесь, скорее всего, есть реминисценция – «Христос, сын Божий». Тем более что в тексте нет упоминания о Скорине-отце, он как бы существует «над» обществом, как трансцендентная сущность. Высказывания сначала В. Ленина, а затем

Ф. Скорины характеризуются библейским термином: «По заповедям великого Ленина» (название передачи от 21 апреля 1957 года) и «Скорининские заповеди» (передача «С уважением к наследию», эфир 23 сентября 1990 г.). Прилагательные со значением исключительного качества используются, чтобы подчеркнуть, что духовный лидер морально и умственно превосходит других. Например, в тексте репортажа «Первомай на планете» (эфир 1 мая 1990 г.) есть следующие слова: *«Но то, что сделано нашим соотечественником, блестящим ученым и революционером Владимиром Ильичем Лениным, занимает исключительное место в развитии цивилизации»*, в программе «Аккорды праздника» (эфир 3 сентября 1990 г.), посвящённой юбилею Ф. Скорины, утверждали: *«имя гениального славянского просветителя Франциска Скорины... будет носить наш центр»*. Прилагательные со значением исключительного качества используются, чтобы подчеркнуть, что духовный лидер морально и ментально превосходит других. Например, о В. Ленине в передаче «Первомай на планете» (эфир 1 мая 1990 г.) сказано: *«Но то, что сделал наш земляк, гениальный учёный и революционер Владимир Ильич Ленин, занимает исключительное место в развитии цивилизации»*, позже о Ф. Скорине говорилось: *«имя гениального славянского просветителя Франциска Скорины будет носить наш центр»* («Аккорды праздника», 3 сентября 1990 г.). Выявлена высокая частотность употребления относительных прилагательных, образованных от имен собственных «Ленин» и «Скорина» с суффиксом -ск- со значением «принадлежности»: «ленинская партия», «Ленинские места в Париже» (название сюжета), «Ленинская искра в Беларуси» (название телепередачи), «...первые шаги ленинской вахты в 1969 году» и «...сделать 1969 год годом ленинской ударной работы» («Новости», 21 января 1969 г.)

В начале 1990-х годов та же словообразовательная модель используется для создания образа Ф. Скорины, например: «Скорининская земля», «Скорининский праздник» (название репортажа Л. Горошко) и «Скорининское наследие» («Аккорды праздника», 3 сентября 1990 г.). Если в 1950-е – 1960-е годы утверждалось, что все вокруг создано В. Лениным, а значит, принадлежит ему, то в начале 1990-х годов миссию творца мира приписывали Ф. Скорине. Выявление таких закономерностей позволяет предположить, что канонический образ В. Ленина, характерный для белорусского телевидения, с распадом Советского Союза начинает замещаться образом Ф. Скорины.

Согласно, в частности, тексту передачи «Ленинская искра в Беларуси» (эфир 25 декабря 1970 г.), В. Ленин пришел в этот мир со святой миссией, чтобы *«рабочие в союзе с крестьянством могли выполнить возложенные на них исторические задачи — свергнуть царизм, установить демократическую республику и начать переход к социалистической революции, необходимо было организовать их борьбу»*. В образе Ф. Скорины такое предопределение приобретает черты мистики, что резонировало с общественными настроениями 1990-х годов, когда люди, как известно, увлекались хиромантией, сеансами «телевизионных школ здоровья» А. Чумака, А. Кашпировского и др. Упоминание о солнечном затмении, которое первопечатник изображал на гравюрах для своих изданий, делает образ Ф. Скорины более объемным, подчеркивая его глубокую связь с природой и с историей страны. Аллюзии на образ Христа проявляются в аудиовизуальном оформлении ленты «Франциск, сын Скоринин» (1989 г.), где вводятся песнопения а cappella, очень напоминающие церковные. Кроме того, в фильме повторяются изображения церквей, икон, монахов, скульптуры Христа в терновом венце, распятого на кресте, тень креста, падающая на страницы книги Ф. Скорины, что подчеркивает высокую духовную сущность написанного первопечатником. Лейтмотивом фильма является образ монаха, звонящего в колокола, и авторы подчеркивают, что духовный лидер пробуждает людей ото сна и призывает их к действию. Примечательно, что аллюзия на религиозную атрибутику как приём интертекста имплицитно используется в телевизионных программах, посвященных В. Ленину, например, «Ленинская «Искра», как призывный колокол, подняла на борьбу революционный пролетариат России» («Ленинская искра в Беларуси», эфир 25 декабря 1970 г.)

Тот факт, что образы В. Ленина и Ф. Скорины, как и образ Христа, адаптированы в основном для иррационального (на веру) восприятия зрителями, объясняет высокую частоту употребления существительных со значением эмоционального состояния: *«С Лениным в сердце советские космонавты отправились на своих чудесных кораблях в беспрецедентный звездный полет»* («Навіны» 15 января 1969 г.), *«Душа Франциска Скорины — яркий луч нашей славянской духовности»* («Аккорды праздника» 3 сентября 1990 г.)

Подобно Христу, В. Ленин и Ф. Скорина принадлежат не определенной стране, а всему человечеству: *«Сегодня советский народ, все прогрессивное человечество торжественно отметило 116-летие*

со дня рождения Владимира Ильича Ленина» («Эхо дня», эфир 25 апреля 1986 г.). Универсальная сущность образа Ф. Скорины подчеркивается определением его связи с природной средой: планы страниц из «Псалтири» обычно монтируются рядом с панорамами леса, снятыми с высокой точки и представленными без географической привязки. В ленте «Франциск, сын Скоринин» (1989 г.) биография первопечатника показана на исключительно солнечных планах его родного города Полоцка, оператор А. Мечинский ловит в кадре лучи солнца. Так называемый визуальный эффект оптических бликов используется и при введении в рамку гравюр, в том числе портрета Ф. Скорины, видов древнего Полоцка, страниц из «Псалтири».

Для наглядного раскрытия образа В. Ленина, например, в программе «Образование БССР и Коммунистической партии Белоруссии» (эфир 3 марта 1972 г.) использована картина А. Шибнева «В. И. Ленин на Первом Всероссийском съезде Советов. Июнь 1917 года». В. Ленин находится в центре зала в окружении своих соратников, все лица обращены к нему, он вытягивает левую руку вперед и вверх, что, с одной стороны, показывает решимость, а с другой стороны, показывает, что он благословляет людей. Композиция картины выполнена таким образом, что зрителю кажется, что он смотрит на В. Ленина снизу, и это придает величие очертаниям фигуры революционера. В. Ленин находится в пятне света, который словно направлен из окон наверху, самое яркое пятно на полотне расположено над головой В. Ленина, оно создает подобие нимба.

Как и главный библейский герой, В. Ленин был недостаточно признан при жизни, а Ф. Скорина вообще не был признан. Так, по сюжету ленты «Франциск, сын Скоринин» (1989 г.), Ф. Скорина был обвинен в ереси; он был вынужден провести «последние дни за границей», где его охватила «неизбежная печаль о родной земле». В передачах звучит библейский мотив воскресения, жизни после смерти: «Дело Ленина бессмертно» (передача «По заветам великого Ленина» 21 апреля 1957 г.), а также о Ф. Скорине: «Он был и остается нашим духовным учителем» («Аккорды праздника», эфир 3 сентября 1990 г.).

Следует отметить, что образ В. Ленина как духовного учителя в телепрограммах оставался практически неизменным, а значит понятным преимущественной части зрителей, на протяжении более чем тридцати лет – с 1950-х до конца 1980-х годов. Доминирование образа Ф. Скорины в эфире продолжалось всего около 5 лет. Так, в номере газеты «Звезда» от 10 октября 1997 г. корреспондент передает

председателю Топонимической комиссии Л. Лычу недовольство читателей «скориновской тенденцией»: «Почему его имя воспринимается как заместитель имени Ленина?» [БГАМЛМ: 7]. В ответе доктора исторических наук Л. Лыча звучит опасение: «...если с именем Скорины произойдет такая же девальвация, как и с именем Ленина, это принесет только вред» [БГАМЛМ: 7].

Таким образом, характерная особенность дискурса белорусского телевидения в 1950-е – 1990-е гг. заключается в выборе центрального канонического образа, который выступает духовным учителем общества. В 1960-е – нач. 1980-х гг. эта роль была отведена В. Ленину. В конце 1980-х гг. в связи с коренными изменениями в государственном строе она переходит к Ф. Скорине. При этом риторические стратегии создания канонического образа, создаваемого в белорусской тележурналистике, остаются устойчивыми. К ним относятся главным образом приемы интертекста, вводимые имплицитно, в том числе прямое некритическое цитирование высказываний героя; реминисценции (специфическая номинативность, мистификация и др.); аллюзии (религиозная атрибутика, глобальный масштаб героя-посредника между обществом и природой, мотив воскресения и лучшего будущего) на образ Христа; интерстилевое тонирование (например, самоуничижение автора) с использованием религиозных текстов. Необходимые в условиях функционирования средств массовой информации и пропаганды, эти приемы показывают свою неэффективность в медиа, где существует глобальный свободный обмен информацией.

Список литературы:

- Белорусский государственный архив-музей литературы и искусства [БГАМЛМ]. – Ф. 444 . Оп. 1. Дело. 248.
- Зеленко С.В. Інтэртэкст у публіцыстычным маўленні. Мінск. БДУ; 2012. 195 с.
- Крывелёв И.А. Содержательность и информативность лекции [стенограмма лекции]. Москва: Правл. Всесоюз. о-ва «Знание»; 1975. - 14 с.
- Филлипс Л. Дж., Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Издательство «Гуманитарный центр», 2008. - 352 с.

МОРОЗОВА Елена Игоревна – кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики, Белорусский государственный университет (г. Минск).

Валентина Евгеньевна ЕРШОВА

ТИПОЛОГИЗАЦИЯ ТОМСКИХ НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ¹

В публикации рассматривается проблема типологизации новостных интернет-изданий в границах томской медиасистемы. Обосновывается значимость изучения этой проблемы для теории и практики журналистики. Предлагается алгоритм решения заявленной проблемы: перечисляются и описываются процедуры типологизации томских новостных медиа.

Ключевые слова: новостное интернет-издание, новостной сайт, новостная журналистика, томская медиасистема, типология СМИ.

Valentina E. ERSHOVA

TYPOLGIZATION OF TOMSK ONLINE NEWS MEDIA: ESTABLISHING THE RESEARCH PROBLEM²

The article deals with the problem of typologizing online news media within the boundaries of the Tomsk media system. The significance of studying the issue for the theory and practice of journalism is substantiated. The algorithm for solving the stated problem is proposed: the procedures for typologizing Tomsk news media are listed and described.

Keywords: *online news media, news website, news journalism, Tomsk media system, media typology.*

Актуальность. В связи с быстрыми темпами технологического развития, повсеместной цифровизацией всех сфер общества активно и постоянно изменяется медиасфера и журналистика в частности: влиянию этих процессов подвержены медиасистемы всех уровней, в том числе региональные. Одно из следствий этих тенденций – размывание границ разных типов СМИ (см., например: [Деева, Клеменова 2022], [Сухов 2005]).

Для теории журналистики определение типологических характеристик средств массовой информации важно, так как на этом основании исследователи могут последовательно описывать медиасистемы самых разных уровней. Построение типологии СМИ значимо и с точки зрения практики. Полученные данные могут быть

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00511, <https://rscf.ru/project/22-18-00511/>

² The study is supported by Russian Science Foundation, project No. 22-18-00511, <https://rscf.ru/project/22-18-00511/>

полезны для новых новостных интернет-изданий, которые только определяют свою нишу на медиарынке, а также для редакций, которые давно занимаются новостями, но при этом стараются подстраивать свою информационную деятельность под новые тенденции в медиасфере.

Для нас представляют интерес именно новостные интернет-издания, типологию которых сложно смоделировать по нескольким причинам (к примеру, см. описание этой проблемы в [Лазуткина 2009], [Hamilton, Tworek 2017]).

Во-первых, типологические характеристики интернет-изданий не прослеживаются на уровне нормативных документов. В частности, если новостной сайт зарегистрирован в Роскомнадзоре, он может относиться как к типу сетевого издания, так и к информационному агентству ([Федеральный закон N 2124-1. Статья 2]), [Федеральный закон N 2124-1. Статья 23]), но явные дифференцирующие признаки сетевых изданий закон не прописывает. Более того, существуют определенные сложности и в интерпретации правового статуса информационных агентств [Елкин, Чирич 2020].

Во-вторых, понятие новости и новостной журналистики также сложно поддается какому-то однозначному описанию (см, например, [Ахмадулин 2020], [Hamilton, Tworek 2017]). События или факты, на основе которых может быть написана новость, по-разному оцениваются новостными редакциями, которые устанавливают свои правила информационной политики.

В-третьих, современный новостной сайт, даже сайт информационного агентства, – это не только опубликованные новости. Редакции стараются расширять границы предлагаемого медиапродукта, например, за счет больших аналитических материалов, интервью, масштабных медиапроектов и др.

В-четвертых, редакции не просто по-разному выстраивают свою информационную политику: «самоидентификация» медиа, которое публикует новости, может быть основана на каком-то параметре, не имеющем отношения напрямую к новостям как таковым. Например, СМИ может характеризоваться как «городское медиа», «городской портал», которое пишет о проблемах города, в том числе и в новостном формате.

Таким образом, эти проблемы не позволяют выстроить простую типологию на основе параметров одного уровня. Тем не менее, считаем задачу типологизации новостных медиа на базе нескольких разноуровневых параметров выполнимой.

Исследовательская задача. С учетом перечисленных трудностей мы решаем проблему типологизации новостных интернет-изданий на региональном (и, в частности, городском) уровне. В центре внимания, таким образом, находятся новостные интернет-издания, совокупность которых мы определяем как подсистему томской медиасистемы. Задача настоящей работы – выявить методики, процедуры типологизации местных новостных интернет-изданий для построения типологической модели в будущем.

Для составления типологии СМИ мы отобрали два информационных агентства РИА «Томск» и НИА «Томск», два новостных портала vtomske.ru, tomsk.ru, городское интернет-издание «Томский обзор», интернет-редакцию ГТРК «Томск», несколько веб-версий печатных газет общественно-политической и общей тематики. (Мы учитывали также особенности ныне закрытого сайта ТВ-2). Подчеркнем, что в этой публикации мы не характеризуем сами СМИ. Наша задача – определить алгоритм для последующей типологизации отобранных медиа.

Результаты. Определим этапы построения типологической модели новостных интернет-изданий в границах томской медиасистемы. Чтобы решить эту задачу, мы планируем сопоставить качественные и количественные параметры. Для получения этих данных мы разработали алгоритм анализа отобранных новостных сайтов. Он состоит из нескольких этапов.

Этап 1. Анализ сведений о медиа на основе свидетельств о регистрации СМИ. Эти данные позволят определить формальные параметры отобранных новостных медиа.

Этап 2. Анализ структуры сайта. Такое описание сайтов поможет определить место новостных лент среди других разделов.

Этап 3. Качественный анализ позиционирования медиа. Здесь важно учитывать то, как идентифицирует себя редакция, как она определяет свою миссию, в каком контексте упоминается новостная деятельность, как редакции видят городскую и региональную повестку. Например, «Томский обзор» позиционирует себя как *«город, люди, бизнес, еда и развлечения в интересных историях, новостях и фотографиях. Нас читают жители Томска, Москвы и других мест»* [Томский обзор 2023].

Этап 4. Качественный анализ на основе данных полуструктурированных интервью, проведенных в 2022–2023 гг. с представителями томского медиасообщества. На этом этапе анализируется то, как представители томской новостной онлайн-

журналистики определяют характер новостных изданий, новостных материалов, как они представляют взаимодействие субъектов томской медиасистемы в аспекте сбора, обработки и распространения новостей о городе и регионе. Например, важной вехой в становлении новостных порталов в Томске респонденты считают появление на этих сайтах новостных лент с «собственными новостями», то есть с информационными материалами, полностью подготовленными редакцией конкретного интернет-портала (до этого, как отмечают респонденты, новостная политика первых порталов строилась на переписывании – «рерайте» – новостей). Кроме того, на основе ответов респондентов можно понять, на какие события, факты, а также профессиональные ценности ориентируются журналисты той или иной редакции при подготовке новостей.

Этап 5. Количественный анализ новостных материалов на каждом сайте. Планируется провести сравнительный анализ средних значений количества новостей и материалов из других разделов. На основе статистических показателей мы хотим понять, какие из рассматриваемых сайтов в большей степени сосредоточены на новостях, а также определить то, как эти количественные показатели соотносятся с данными качественного анализа.

Таким образом, с учетом того, что в основу типологии лягут характеристики разного уровня и порядка, типологическая модель будет многослойной, но с выраженным центром и периферией.

Список литературы:

- Ахмадулин Е. В. «Новость» как основа журнализма // Гуманитарный вектор. 2020. №5. С. 149–154.
- Деева И. В., Клеменова Е. Н. Изменение типологии сетевого СМИ под давлением конвергентных процессов // Вестник ВУиТ. 2022. №1 (37). С. 47–53.
- Елкин М. А., Чирич Д. А. Особенности правового статуса информационных агентств в современной России // «Современные социально-экономические процессы: проблемы, тенденции, перспективы»: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Хабаровск, 2020. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45601156> (дата обращения: 05.09.2023).
- Лазуткина Е. В. Проблема типологии новостных ресурсов в рамках онлайн-журналистики // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2009. №3. С. 52–55.
- Сухов П. В. Интернет-СМИ Рунета: системные характеристики: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / П. В. Сухов. Москва, 2005. 199 с.

Томский обзор [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://obzor.city/info/about/> (дата обращения: 04.09.2023).

Федеральный закон от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». Статья 2. // КонсультантПлюс: справ. правовая система. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/f977773d5130bdc4b8aa5c541d1fa7ca381b18f4/ (дата обращения: 05.09.2023).

Федеральный закон от 27.12.1991 N 2124-1 (с изм. и доп.) «О средствах массовой информации». Статья 23. // Доступ из справочно-правовой системы «Гарант» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/10164247/paragraph/181:0> (дата обращения: 05.09.2023).

Hamilton, J. M. & Tworek, H. J. S. (2017). The natural history of the news: An epigenetic study // Journalism, 18(4), 391–407. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884915625630>

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00511, <https://rscf.ru/project/22-18-00511/>.

ЕРШОВА Валентина Евгеньевна – кандидат филологических наук, доцент факультета журналистики, национальный исследовательский Томский государственный университет (г. Томск).

Екатерина Борисовна ГРОМОВА

МЕДИАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НАРРАТИВНЫХ РОЛЕЙ В СЮЖЕТАХ РЕГИОНАЛЬНЫХ НОВОСТЕЙ

В сюжетах региональных новостей нарративные роли распределяются между автором медиатекста и героями, персонажами, а также экспертами. В докладе анализируются языковые средства, которые помогают распределению ролей и способствуют творческой реализации журналиста при его взаимодействии с участниками телевизионного сюжетного повествования.

Ключевые слова: нарративная роль, герой, персонаж, эксперт, региональные новости, агенс

Ekaterina B. GROMOVA

MEDIALINGUISTIC TOOLS FOR DEFINING THE NARRATIVE ROLES IN THE TELEVISION PLOTS OF THE REGIONAL NEWS

In the plots of the regional television news the narrative roles are divided between the author, heroes, personages and experts. The author of the article reveals the mediallynguistic tools that help to define these roles and motivate the journalists to express the individual creativeness.

Key words: narrative role, hero, personage, expert, regional news, agence

Журналист распределяет роли между героями и персонажами при помощи медиалингвистических маркеров, интерпретируя «героя с позиции собственных ценностей» или фиксируя напряжение, вызванное «расхождением в картинах мира и системах ценностей героя и автора» [Блохин 2016: 285].

Среди персонажей выпуска, как правило, есть человек, который совершил действия особой значимости. Мы его называем героем. Его рассказ или рассказ о нем строится на активных глаголах. То есть «агенс всегда является центральным актантом» [Сегал 2019: 67]. Например, герой сюжета Алексей Чередников – предприниматель, помогает коллективу рыбокомбината в северном степном селе, предприятие закрылось из-за остановки Северо-Крымского канала. **«На сегодня я содержу** этот комбинат за счет другого своего бизнеса, сельскохозяйственного, **я плачу** налоги, **содержу** минимальное количество людей, чтобы хотя бы что-то сохранить». («Вести Крым. События недели» от 07.06.2020). «Рецепт восстановления

разработали крымские медики», – звучит в подводке ведущего к сюжету «Второе дыхание» («Вести Крым. События недели» от 15.11.2020). Главный врач санатория «Дюльбер» Светлана Краденова, **оправившись после тяжелого течения ковида, принялась восстанавливать больных по методике, которая помогла ей самой.** Светлана Краденова: **«После того, как я вышла из стационара, начала сама восстанавливаться, ну вот нам пришла эта идея...».** В сюжете может быть и персонаж-«спутник», объединенный с героем личным опытом. Он подтверждает сказанное героем, добавляет свои подробности. В данном случае это пациенты – супруги Шарих. Но в их речи гораздо чаще встречаются незавершенные конструкции, глаголы в настоящем времени (**«дыхание лучше становится»;** **«мы так здесь отдыхаем, что даже устаем»;** **«иду на очень хорошую поправку, просто все с удовольствием помогают»).**

Предикаты в предложениях с информацией о герое содержат динамический компонент, благодаря которому и осуществляется переход ситуации из одного состояния в другое. **«Долгие годы экспериментальный советский прибор оставался невостребованным, пока несколько лет назад научный сотрудник обсерватории Сергей Назаров не взялся за его восстановление и модернизацию»** (Вести Крым. События недели, выпуск за 01.11.2020). В выпуске за 22.11.2020 «Вести Крым. События недели» герой – это, безусловно, смотритель маяка: **«Техник Херсонесского маяка Николай Исько впервые заступил на вахту в советское время, влюбленный в отдаленный мыс Севастополя и маяк, напоминающий высокий пришвартованный корабль».**

Сложно согласиться с исследователем В.Б. Вайсман, что общение с героем в телевизионных программах носит «в основном формально-ролевой» характер, свойственный новостям [Вайсман 2008: 265]. Часто это очень искренние ответы, в которых отмечаются не только признаки формально-ролевого и делового общения, но и духовно-межличностного общения. Расширение диапазона стилей телевизионного общения в интеракции между журналистом и героем становится все более заметным и даже привычным. Например, смотритель маяка признается журналисту: **«35 лет жизни – это как описать... Все хорошее... Дочка родилась здесь. В честь того, что на берегу моря родилась, назвали Мариной».** Или альпинист Виктор Бутрин говорит: **«Восхождение на вершину заканчивается не наверху, а внизу. Когда вы поднялись, это еще восхождение не совершено. Еще**

нужно спуститься. Вот тогда уже... Это вот как вы скальные тупфли снимаете, ощущаете праздник жизни.» (Вести Крым. События недели Выпуск 09.08.2020). Елена Плиндина (лаборант-технолог на трассе «Таврида»): «На Тавриде каждый камушек, если это можно так сказать, прошел через мои руки. Грунты здесь очень интересные». Дмитрий Рак, мастер участка строительства трассы: «Для Крыма это прям проект из проектов, проектище. Это визитная карточка всего Крыма, так же как и Крымский мост, то же самое и Таврида.» («Вести Крым. События недели», выпуск от 20.08.2020). Комбайнеры отец и сыновья Кравчуки (лайф): «Игорь Виталич, ты расскажи как... Вот целое поле, мы только-только заходим этим комбайном. И начинаем косить. Это такие эмоции! Такой азарт сразу берет! И первый бункер, когда летится это золото!» («Вести Крым. События недели», выпуск от 12.07.2020.)

При определении понятия «герой» уместно вспомнить, что исследователь чикагской социологической школы Ирвинг Гофман при презентации героя обращал особое внимание на «передний план», под которым он подразумевал обстановку и личный передний план [Гофман 2000: 54–67]. «Передние планы» обычно институционализированы, по отношению к ним возникают «коллективные представления», – уточняет Блохин [Блохин 2016: 89]. То есть мы можем предположить, что на передний план попадают как раз институционализированные герои, с санкции аудитории, о них существуют некое коллективное представление и коллективные ожидания на их счет. И чем дальше от этих представлений будет ракурс, или характер языковой презентации, или, чем дальше от нормативного контекста сам герой, тем меньше шансов у него быть представленным в региональном эфире на переднем плане. Разве что иногда – в сюжетах-«бантиках», отражающих странность, неординарность персонажа.

Почти обязательный случай – адресация к персонажу с экспертными функциями. Как правило, эксперты раскрывают «добавочную стоимость совершенного главным героям», обозначают проблемы и очерчивают перспективы.

В сюжете «О рыбах» (выпуск «Вести Крым. События недели» от 15.11.2020) нет героя, есть только персонажи и эксперты. Ольга Акимова, заведующая научно-информационным отделом ФИЦ ИнБЮМ, говорит скорее не об информационном поводе (пойманной редкой рыбе-хирург), а о рутине научной работы, при этом используются глаголы в страдательном залоге: «По новым видам обязательно **делаются**

публикации. Если это новый вид и надо быстро рассказать о нем, то **публикуется** заметка. Мы издаем морской биологический журнал, который **становится** очень рейтинговым». И нет какого-то исключительного события, которое позволило бы перевести персонажа в статус героя.

В сюжетах-«бантиках» может и не быть героя, журналист ограничивается знакомством зрителя с профессионалами экспертами. Например, в сюжете о локальных крымских продуктах, претендующих на победу в конкурсе «Вкусы России» («Вести Крым. События недели» от 22.11.2020), персонажи-участники – это фермеры, которые выращивают моллюсков, виноделы, сыровары, кондитеры. Все они достойные люди, знающие свое дело, но их представление ограничивается краткой характеристикой и таким же кратким синхронном с акцентом на какие-либо подробности профессиональных технологий. Признак нарратива от экспертов – это попытка объяснить журналисту детали работы. Здесь особенно эффективен журналистский метод сбора информации по типу «включенного наблюдения» – «соучастия в опыте» [Блохин 2016: 287].

Таким образом, иногда журналист – участник опыта, иногда – просто наблюдатель. Так, зритель вместе с журналистом снимает кино, выращивает аквакультуру, обрезает виноград, укладывает асфальт, бурит скважины, поднимается на скалу по альпинистской веревке и так далее. Причем объяснение всех этих действий происходит в мельчайших подробностях.

То, что перечисленные выше маркеры существуют только в «человекоориентированных» сюжетах, доказывается сравнением медиатекстов. В случаях с экстремальной ситуацией, срочной новостью большинство медиалингвистических маркеров, указывающих на образ современника, как правило, отсутствуют. Например, сюжет канала НТС («Независимое телевидение Севастополя») «Опорная стена упала вместе с автомобилями» [Канал НТС <http://>]. Сюжет подан в виде сообщения (расширенная новость) с использованием UGC-контента, видео снято на мобильный телефон. Голос журналиста звучит на фоне фотографии, местами перекрытый фрагментами видео экстремальной ситуации. Все перипетии истории даны в изложении корреспондента, он же пересказывает по телефону реплики свидетелей – жильцов дома, а также комментарии эксперта из МЧС. Ни спасатели МЧС, ни местные жители, ни представители администрации как персонажи в экстремальной новости не фигурируют. Это со стороны журналиста-

транслятора – «наблюдение без участия», просто изложение событий [Блохин 2016: 295]. В таком случае – при передаче журналистом речи персонажей, не вовлеченных в съемки сюжета, – точность является определяющей. Представители МУП (муниципальной управляющей компании) не спешили спасти ситуацию, когда жильцы сообщили им о трещине («такая стена простоит еще сотню лет»). Можно считать их лентяями и разгильдяями, но никто в сюжете не дает им такую оценку. Их отписка просто цитируется. Этот формат создает впечатление нейтральности и объективности, чего часто лишены материалы с подробным и эмоциональным изложением мнений и настроений героев, персонажей и экспертов. Журналист в медиатексте об экстремальной ситуации выступает в роли объективного информатора. И в целом журналисты НТС, как правило, нейтральны, даже отстранены от события, как будто смотрят на него издали. О. А. Агнестикова пишет о таком подходе, как о проявлении «отстраненного поведения» «сторожевой журналистики» [Агнестикова 2022:130-147]. А в сюжетах «Вести Крым», «Вести Крым. События недели» с синхронами героев, персонажей и экспертов, созданными с использованием оценочных языковых конструктов, роль журналиста нельзя определить как роль объективного информатора либо беспристрастного исследователя, о которых пишут Н. Дрок, М.М. Лукина, А.В. Замков [Дрок, Лукина, Замков 2022: 3–25].

Судя по распределению нарративных ролей в телевизионных сюжетах, по способам подачи информации, по практически всегда присутствующей авторской оценке, можно сделать вывод: современный информационный и информационно-аналитический сюжет на региональном телевидении далек от классической информационной схемы под названием «перевернутая пирамида» с ответами на вопросы по формуле 5W +H: (Что? Кто? Когда? Где? Как? и Почему?).

Список литературы:

- Агнестикова О. И. Интервенционистский и отстраненный типы «сторожевой журналистики» в расследовательских медиапроектах // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2022. № 6. С.130-147.
- Блохин И. Н. Личность в пространстве массовой коммуникации: начала ролевого анализа: Монография. – СПб.: SCIENTIA, 2016. 360 с.
- Вайсман В. Б. Персонификация информации как один из параметров эффективности телевидения. Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение.

Языкознание. Культурология. 2008. С.265-282.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева. М.: Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. 302 с.

Дрок Н., Лукина М. М., Замков А. В. Профессиональные роли журналистов будущего: взгляд российских преподавателей. Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2022. № 1. С. 3–25.

Сегал Н. Л. Категоризация мира в языке политики (на материале когнитивных доминант *пространство – направление – движение*). Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук. Краснодар, 2019. 423 с.

Канал НТС. Опорная стена упала вместе с автомобилями. Выпуск 19.04.2019- [Электронный ресурс]- Режим доступа: URL :<https://nts-tv.com/news/v-sevastopole-vmeste-s-priparkovannymi-mashinami-r-16057/>- дата обращения: 08.04.2023

ГРОМОВА Екатерина Борисовна – старший преподаватель кафедры журналистики, филиал Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова в г. Севастополе (г. Севастополь).