

УДК 81'38 : 070 : 654.197

ББК 81.07 + 76.032

К 65

Копылова Ю.В.

Аспирант кафедры русского языка Адыгейского государственного университета, e-mail:ju.kopylova@gmail.com

Дискурсообразующие факторы профессиональной деятельности журналистов-аналитиков
(Рецензирована)

Аннотация:

С целью исследования процесса речевой деятельности спортивных журналистов и ее продуктов – медиатекстов описывается система факторов, обеспечивающих образование спортивного аналитического медиадискурса. С помощью методов дискурс-анализа, когнитивного, интенционального и стилистического анализа установлены дискурсообразующие параметры, характеризующие вышеназванный объект исследования: категория массмедийности, категория автора-аналитика, интенция убеждения, которая реализуется через интерпретацию действительности и ее оценку, а также спортивная тематика, соответствующая аналитическим жанрам СМИ. Данные, полученные в результате исследования медийного дискурсивного пространства, в рамках которого продуцируются медиатексты, отражающие специфику профессиональной речевой деятельности спортивных журналистов-аналитиков, будут способствовать дальнейшему изучению дискурсообразующих и дискурсодифференцирующих параметров институциональных типов дискурса. Результаты исследования могут быть использованы в развитии актуальных направлений отечественного и зарубежного языкознания начала XXI века - медиастилистики, медиалингвистики и дискурсологии. Полученные данные могут представлять интерес для коммуникативно-ориентированной лингвистики в целом, выдвинувшей в центр внимания исследователей проблемы, посвященные изучению речи в тесной связи с ее производителями.

Ключевые слова:

Автор, аналитический, дискурсообразующий, интенция, категория, массмедийность, медиадискурс, спортивный.

Kopylova Yu.V.

Post-graduate student of Russian Language Department, Adyghe State University, e-mail:ju.kopylova@gmail.com

**Discourse-forming factors of professional activity
of journalists-analysts**

Abstract:

This paper describes a system of the factors providing formation of a sports analytical media discourse to explore the process of speech activity of sports journalists and its products – media texts. Methods of discourse-analysis and of the cognitive, intentsional and stylistic analysis were used to define the discourse-forming parameters characterizing the above-

named object of research: the category of mass media, the category of the author-analyst, and the intension of conviction which is implemented through interpretation of reality and its assessment, as well as the sports subject corresponding to analytical genres of mass media. The data obtained as a result of research of media discourse space within which the media texts reflecting specifics of professional speech activity of sports journalists-analysts are produced, will promote further studying the discourse-forming and discourse-differentiating parameters of institutional types of a discourse. Results of research can be used in development of the relevant directions of domestic and foreign linguistics at the beginning of the 21st century - media stylistics, media linguistics and discoursology. The obtained data can be of interest to the communicatively focused linguistics in general which has put forward in the center of attention of researchers the problems, devoted to studying speech activity and its products – media texts.

Keywords:

Author, analytical, discourse-forming, intension, category, mass media, media discourse, sports.

Как показал обзор научной литературы, в современной лингвистике известны два основных подхода к интерпретации медиадискурса. Согласно позиции Т.Г. Добросклонской, медиадискурс, будучи совокупностью процессов и продуктов речевой деятельности в массмедиа, стоит в одном ряду с другими дискурсами: научным, экономическим, педагогическим и т.д. [1: 131.] По мнению Е.А.Кожемякина, «медиадискурс – это тематически сфокусированная, социокультурно обусловленная деятельность в массмедийном пространстве» [2: 16]. Разделяя точку зрения Е.А. Кожемякина, Н.И. Клушиной и других ученых, мы также считаем, что медиадискурс является результатом пересечения медиа и социальных феноменов. «Преобразование внешнего мира в медиамир -это и есть одна из важнейших задач журналистов» [3: 68].

Различные виды дискурсов выдвинулись в центр лингвистических исследований, после того как внимание ученых «переключилось со структурно-семантических проблем на проблемы функционально-коммуникативные» [4: 117]. В новой, функциональной научной парадигме большое внимание уделяется политическому и рекламному медиадискурсам, в то время как дискурс, появление и функционирование которого обусловлено взаимодействием спортивной

сферы с массмедиа, остается менее изученным. Между тем спортивный медиадискурс, отличающийся тематическим и жанровым разнообразием, рассматривается как социокультурный феномен, вербальная составляющая которого заслуживает особого внимания как со стороны медиалингвистики и медиастилистики, так и многих других направлений отечественного языкознания начала XXI века.

Будучи крупным образованием, которое оказывает существенное влияние на публицистическую картину мира, спортивный дискурс занимает весьма значительное место в российском медиапространстве. С одной стороны, в жизни современного общества спортивная сфера является одним из приоритетных направлений развития, а с другой стороны, интерес российского социума к спорту, онтологическое содержание которого отличается агональностью (сопоставительностью), остается достаточно высоким на протяжении многих десятилетий. По мнению Е.Г. Малышевой, автора лингвокогнитивного исследования спортивного медиадискурса, «в текстах, эксплицированных в спортивном дискурсе, сущностной характеристикой которых является их лексико-семантическая характеристика, находят отражение многоаспектные проявления деятельности человека в спортивной сфе-

ре, в том числе универсальные и национально-специфические представления о спорте и его составляющих как о базовых культурологических и идеологических ценностях» [5: 49].

Объект нашего внимания - спортивный аналитический медиадискурс, актуальность изучения которого вызвана тем, что в отечественных массмедиа, наряду с новостной журналистикой, активно развивается журналистика мнений, иначе аналитическая журналистика, авторская публицистика. Именно профессиональная деятельность спортивных журналистов-аналитиков позволяет изучать не только типичные лингвостилистические особенности спортивных медиатекстов, но и индивидуальные, поскольку здесь заметно проявляется личностное начало: отношение автора к описываемым событиям и фактам и главное - его публицистическая позиция.

Данная составляющая дискурса спортивных журналистов функционирует в печатных и электронных СМИ, но в научный оборот нами вовлекаются тексты спортивных журналистов-аналитиков, опубликованные в периодических изданиях. Таким образом, выбор материала предполагает изучение спортивного аналитического медиадискурса, реализующегося в письменной форме. Предметом исследования в настоящей работе стали дискурсообразующие, иначе коммуникативные факторы, предопределяющие выбор языковых единиц и их дискурсивно-стилевую организацию.

К дискурсообразующим факторам процесса речевой деятельности спортивных журналистов-аналитиков и ее продуктов – текстов относятся: категория массмедийности, категория автора, интенция убеждения, которая реализуется интерпретацию действительности и ее оценку, проблемная спортивная тематика, соответствующая системе аналитических жанров печатных СМИ.

Категория массмедийности - осно-

вополагающая категория медиадискурса и одновременно медиатекста, обуславливающая создание речевых произведений как продуктов медиатизации. По справедливому мнению А.В. Полонского, массмедийная «диверсификация», выступает как ключевая стратегия современной культуры, обеспечивающая перевод ее текстов в массмедийную сферу. «Сегодня мы начинаем по-настоящему осознавать, что массмедиа <...> не просто являются обязательным компонентом социальной среды, формирующим ее коммуникативную инфраструктуру <...>. Массмедиа стали ключевым, статусным контекстом, где обретают свои культурные и идеологические формы все социальные процессы, где разрабатываются актуальные модели социальной идентичности, где определяется характер доминантных смысловых и идеологических векторов общественного влияния» [6: 112].

Нельзя не согласиться с тем, что вышеназванная категория, без которой невозможно наполнение медийного пространства в принципе, характеризует практику массмедиа с качественной стороны - как социально, культурно и идеологически маркированного процесса производства информации, а также тиражирования и продвижения знаний.

Далее следует заострить внимание на категории автора-публициста, которая стала ключевым понятием антропоцентрической парадигмы, направившей вектор научного интереса с объекта познания - на субъект. Категория автора-публициста выступает как дискурсообразующая и в то же время стилеобразующая категория, которая непосредственно связана с субъективной модальностью – одним из главных признаков авторской аналитической журналистики. Образно-аналитический тип мышления, свойственный автору-публицисту, который исследует окружающую действительность и оценивает ее, во многом обуславливает характерные лингвостилистические особенности текстов,

формирующих основное направление российской качественной прессы – аналитическую журналистику.

В основе создания продуктов дискурса спортивными журналистами-аналитиками, безусловно, лежит интенция, которая рассматривается как компонент речевой деятельности, направляющий коммуникативное взаимодействие участников дискурса и прагматическое воздействие на получателя информации. В медиастилистике интенциональный метод получает все большее распространение, причем не только благодаря эффективности применения по отношению к анализу медиатекстов, но и в результате повышенного интереса научной общественности к идеям Дж. Остина и его преемников в современном мировом языкознании [6]. «В основу метода, - пишет Н.И. Клушина, - мы положили максимально развернутую коммуникативную цепочку и сознательно усложнили ее за счет включения ставшим центральным для метода (и давшем ему название) понятия «интенция» [7]. Согласно данной концепции, интенция органично связана с коммуникативным блоком адресант/ адресат, что свидетельствует об интенциональности самого процесса профессиональной журналисткой деятельности, которая преследует целью достижение дискурсивного воздействующего эффекта.

Отличительная особенность интенции заключается в том, что эта категория позиционируется не только как дискурсообразующая, но и как дискурсодифференцирующая, обеспечивающая деление медиадискурса на новостной, аналитический и развлекательный субдискурсы. Продуцирование спортивного аналитического дискурса осуществляется на основе интенции убеждения, которая главным образом реализуется через аргументацию социальных

и личностных оценок фактов и событий, происходящих в спортивной сфере.

В текстах, относящихся к данной разновидности спортивного медиадискурса, находит отражение проблемно-аналитическая тематика, которая в настоящее время отличается большим разнообразием: это не только анализ результатов спортивных соревнований, но и другие, не менее важные проблемы: этические, нравственные, экономические и т.д. Современный спорт соприкасается и более того - тесно взаимодействует с общественно значимыми сферами жизни: политикой, экономикой, культурой, что определяет тематическую широту и многоплановость спортивной аналитической журналистики.

Наряду со спортивной тематикой, в качестве дискурсообразующего фактора следует рассматривать жанровую доминанту. Опираясь на жанровую классификацию А.А. Тертычного [8], в структуре спортивного медиадискурса, создаваемого интенцией убеждения, мы, прежде всего, выделяем статью, а также корреспонденцию, комментарий, отчет, интервью, которые носят аналитический характер. Базовым жанром спортивной аналитической журналистики целесообразно считать статью и комментарий, оценочность которых является результатом логических рассуждений и выводов.

Таким образом, факторы, обеспечивающие создание текстов спортивных журналистов-аналитиков - продуктов медиатизации, следует рассматривать как систему взаимосвязанных между собой элементов. Изучение действия дискурсообразующих, иначе коммуникативных, факторов будет способствовать развитию теории медиастилистики как самостоятельной области лингвистических исследований с ярко выраженной коммуникативной направленностью.

Примечания:

1. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка

- СМИ. М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.
2. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. 2010. № 2 (73). С. 13-21.
 3. Клушина Н.И. Медиатизация современной культуры и русский национальный стиль // Русская речь. 2014. № 1. С. 66-79.
 4. Ляпун С.В. Газетная публицистика в парадигме лингвистических исследований XXI века // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. Майкоп, 2011. Вып. 1. С. 117-123.
 5. Малышева Е.Г. Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование: дис. ... д-ра филол. наук. Омск, 2011. 324 с.
 6. Полонский А.В. Массмедийность как категория дискурса и текста // Дискурс современных медиа в пространстве теории, социальной практики и образования: материалы Первой междунар. науч.-практ. конф.: сб. науч. трудов. Белгород, 2014. С. 110-122.
 7. Malle B., Knobe J. The Folk Concept of Intentionality // Journal of Experimental Social Psychology. 1997. Vol. 33.
 8. Клушина Н.И. Интенциональный метод в современной лингвистической парадигме // Медиаскоп: электр. журнал. 2012. № 4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1242>.
 9. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект-Пресс, 2000. 321 с.

References:

1. Dobrosklonskaya T.G. Medialinguistics: a systematic approach to the study of mass media language. Flinta M.: Nauka, 2008. 264 pp.
2. Kozhemyakin E.A. Mass communication and media discourse: on the research methodology // Scientific statements of Belgorod State University. Ser. Humanitarian sciences. 2010. No. 2 (73). P. 13-21.
3. Klushina N.I. Mediatization of modern culture and Russian national style // Russian speech. 2014. No. 1. P. 66-79.
4. Lyapun S.V. Newspaper publicism in the paradigm of linguistic researches of the 21st century // Bulletin of Adyghe State University. Ser. Philology and the Arts. Maikop, 2011. Iss. 1. P. 117-123.
5. Malysheva E.G. Russian sports discourse: linguistic and cognitive study: Diss. for the Dr. of Philology degree. Omsk, 2011. 324 pp.
6. Polonsky A.V. Massmedia as a category of discourse and text // Discourse of modern media in the space of theory, social practice and education: proceedings of the First int. scientific and practical conf.: coll. of scientific works. Belgorod, 2014. P. 110-122.
7. Malle B., Knobe J. The Folk Concept of Intentionality // Journal of Experimental Social Psychology. 1997. Vol. 33.
8. Klushina N.I. Intentional method in the modern linguistic paradigm // Mediascope: an electronic journal. 2012. No. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1242>.
9. Tertychny A.A. Genres of periodical press. M.: Aspekt-Press, 2000. 321 pp.