

Дария АНДРЕЕВА

СОВРЕМЕННОЕ ПОНЯТИЕ ДИСКУРСА В МЕДИАВЕДЕНИИ В ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ И В РОССИИ

The Modern Notion of Discourse in Mass Media Studies in the Czech Republic and in Russia

Keywords: *discourse, discourse studies, mass media studies, mass media discourse, discourse analysis*

Contact: *Univerzita Karlova; dariyaa09@gmail.com*

На сегодняшний день слово «дискурс» часто употребляется в разных сферах человеческой деятельности, однако среди исследователей в различных научных областях не существует единой точки зрения насчёт определения этого термина. Для того чтобы понять, почему термин «дискурс» может трактоваться по-разному, мне представляется нужным сначала обратиться к истории понятия, а затем рассмотреть, как трактуется дискурс в Чешской Республике и в России в рамках медиаведения, то есть науки, занимающейся изучением СМИ (средств массовой информации).

Слово «дискурс» было известно уже в Древней Греции и употреблялось древнегреческими философами, например, Платоном и Аристотелем. В данную эпоху «дискурс» имело значение «беседа, дискуссия или выступление на какую-либо тему» (Гутнер, Огурцов 2001) и было тесно связано с искусством риторики. В этом определении можно обозначить следующие ключевые характеристики, которые в дальнейшем сыграли значимую роль в развитии понятия дискурса:

1. дискурс обычно предполагает более одного участника;
2. его участники обмениваются информацией, то есть дискурс является формой коммуникации;
3. информация, которой обмениваются участники дискурса, ограничена определённой темой;
4. эта информация имеет субъективный характер в том плане, что участники выражают своё личное мнение по определённой теме, которое может подкрепляться аргументами и фактами.

Одно из самых распространённых представлений о коммуникации как таковой, которое можно найти уже у Аристотеля – это совершенная передача сообщения от адресанта адресату (Jirák 2015: 26). Данное понимание коммуникации легло в основу «передаваемой» модели коммуникации. В XX веке благодаря бурному развитию гуманитарных наук «передаваемая» модель была дополнена и представлена в нескольких вариантах. Первый вариант подробно выстроенной модели коммуникации представили американские математики Клод Шеннон и Уоррен Уивер в 1949 г. в своей книге «Математическая теория коммуникации». Они определяли информацию как определённое количество данных, передаваемых по каналам связи, и сформулировали базовые составляющие коммуникационного процесса:

1. источник информации, производящий сообщение (в частности, ученые изучали речь по телефону);
2. передатчик или кодировщик, преобразующий сообщения в сигналы, поддающиеся передаче;
3. канал как средство передачи сигнала (телефонный кабель);
4. декодер или ресивер, реконструирующие сообщение из сигнала;
5. приёмник, например, персону или аппарат, получающий сообщение (Shannon, Weaver 1949: 2).

В процесс передачи информации может вклиниваться шум. Под шумом понимаются внешние факторы, которые искажают сообщение, нарушают его целостность и возможность точного восприятия получателем (Shannon, Weaver 1949: 2).

На «передаваемой» модели заложена интерпретация массовой коммуникации американским политологом Гарольдом Лассуэллом. Согласно Гарольду Лассуэллу, массовая коммуникация – это процесс, не отличающийся по своей сути от интерперсональной коммуникации, при котором:

- кто-то
- передаёт сообщение
- кому-либо
- с помощью какого-либо канала
- с определённой целью (Lasswell 1948: 46).

Достоинство «передаваемой» модели коммуникации заключается в том, что она концентрирует наше внимание на конкретном случае массовой коммуникации, на участниках данного события, на используемом канале

передачи информации и на характере передаваемой информации. Основным недостатком «передаваемой» модели коммуникации в том, что в её рамках конкретные инциденты массовой коммуникации представлены изолированно. Один из известнейших представителей Пражского лингвистического кружка Роман Якобсон в своей работе «Поэтическая функция» исправил этот недостаток, включив в «передаваемую» модель контекст. Контекст представляет собой информацию, которая каким-либо образом относится к сообщению, но не представлена в нём самом эксплицитно, и доступен адресату в том смысле, что его можно описать вербально (Якобсон 1960: 77). Джордж Гербнер, посвятивший свою карьеру изучению коммуникации, тоже добавил в «передаваемую» модель контекст как важную составляющую, а также акцентировал внимание на субъективной стороне составления сообщения. В итоге вариант Д. Гербнера выглядит так:

- кто-то
- становится свидетелем какого-либо происшествия
- и реагирует на него
- в определённой ситуации
- с помощью определённых средств
- чтобы предложить материал
- определённого содержания
- в определённой форме
- в определённом контексте
- с определёнными последствиями (Gerbner 1956: 173).

В ином ключе рассматривается социальная коммуникация в конститутивной модели. Её также называют «культурной», потому что она заложена «на представлении коммуникации как основы для создания и развития культуры» (Jiráček 2015: 28). В данном концепте наше внимание переключается с сообщения как такового на отношения и культурный контекст, в которых находятся участники коммуникации, и сообщения, которыми её участники обмениваются, становятся частью их динамичных взаимоотношений и культуры. Исходя из этой идеи, американский психолог Теодор Ньюкомб создал социально-психологическую модель коммуникации, которая также имеет название «модель АВХ», где А и В – участники коммуникации, а Х – предмет коммуникации. Т. Ньюкомб описывает простейший коммуникативный акт, как субъект (А),

передающий информацию о каком либо объекте или явлении (X) субъекту (B), и в случае, если субъект (B) на него реагирует, оба участника коммуникационной ситуации включаются в обсуждение какого-либо предмета, за счёт чего поддерживается существование отношений между A и B (Newcombe 1953: 393–394). Эти отношения развиваются, всегда находясь в зависимости от условий, которые окружают коммуникацию и её участников (Newcombe 1953: 394). Несмотря на то, что изначально модель АВХ была рассчитана Ньюкомбом для описания интерперсональной коммуникации, некоторые другие исследователи применили её для интерпретации массовой коммуникации, среди них Б. Х. Уэтли и М. МакЛи. В области массовой коммуникации участниками считаются уже не только и не столько индивиды, сколько общественные группы и социальные институты.

При сравнении приведённых выше моделей для описания коммуникации становится очевидно, что для изучения массовой коммуникации и раскрытия сложности взаимоотношений её субъектов необходимо применение обоих подходов.

Так как средства массовой информации являются социальным институтом, то они неизбежно включены в массовую коммуникацию и социальное конструирование реальности. В 1960-е гг. благодаря трудам Мишеля Фуко в область гуманитарных наук входит понятие дискурса в обновлённом виде. М. Фуко определяет дискурс двояко: с одной стороны, это совокупность всех знаков, составляющих высказывания, тексты, принадлежащие к одной системе формаций, например, экономический дискурс, психиатрический дискурс (Фуко 2004: 210), а с другой – то, что за ними стоит, то есть способ мышления, характерный для определённого временного периода, и связанные с ним правила, регулирующие способы создания высказываний, текстов (Фуко 2004: 228). В этой интерпретации дискурса можно условно проследить корреляцию с двумя нам уже известными моделями массовой коммуникации: первая сторона значения дискурса привлекает наше внимание к сообщению, а вторая – к окружающим его условиям, контексту.

Теперь представляется логичным рассмотреть, в каких направлениях стало развиваться изучение дискурса в рамках исследований массовой коммуникации и массмедийных исследований в Чешской Республике и в России. Если мы обратимся к чешской научной среде, то самыми яркими представителями этого направления являются Яна Гоффманнова, Йиржи Краус, Йиржи Гомолач, Йиржи Неквапил и Иван Леудар.

Яна Гоффманнова, прежде всего, известна своими многочисленными эмпирическими исследованиями разговоров и бесед. В ходе их изучения Я. Гоффманнова частично отталкивалась от метода конверсационного анализа (от англ. *conversation* – беседа, разговор), адаптировав его таким образом, чтобы сосредоточить внимание на «менее центральные проблемы, такие как тематическое выстраивание диалога, невербальные составляющие диалога, средства для поддержания согласия/конфликта» (Hoffmannová 2003: 68). Исследования Я. Гоффманновой включают в себя анализ диалогов, относящихся как к интерперсональной коммуникации, например, работа «Konverzace v češtině při rodinných a přátelských návštěvách», так и к массовой – например, книга «Jak vedeme dialog s institucemi», в которой разобрано, как осуществляется коммуникация обычных граждан с врачом, со службой спасения и т.п. Далее Я. Гоффманнова выступила в роли одного из редакторов большого сборника «Jazyk, média, politika», который вышел в 2003 г. и посвящён исследованиям публичных устных выступлений, прошедших в 90-е гг. XX века, в рамках медийного дискурса и политического дискурса. О проблемах, связанных с изучением дискурса, Я. Гоффманнова рассуждает в статье «Intertextové, metatextové, terminologické problémy české analýzy diskurzu»: так как сам термин «дискурс», анализ дискурса и сопряжённые с ними термины пришли в чешскую науку из иностранных источников (в большинстве своём английских) в переводе, то чешский анализ дискурса на своём начальном этапе представлял из себя крайне неустойчивую в своём основании дисциплину (Hoffmannová 2003: 67). Кроме того, дискурс как таковой трудно поддаётся однозначному определению (Hoffmannová 2003: 69), однако в свою очередь это даёт простор развитию чешского дискурс-анализа в эмпирическом направлении с использованием более вольного варианта метода конверсационного анализа, что в дальнейшем может послужить прочной базой для усовершенствования теоретических начал дискурс-анализа. Исследования Я. Гоффманновой могут послужить источником вдохновения для исследований тех медиапродуктов, где важным элементом является беседа или разговор: интервью, телепередачи беседочного или дебатного характера, подкасты.

Йиржи Неквапил и Иван Леудар внесли особый вклад в изучение массмедийного дискурса как особого вида дискурса. Йиржи Неквапил совместно с Иваном Леударом разработали концепт «диалогической медийной сети» (Nekvapil, Leudar 2002), в основе которого лежит идея, что сообщения, представленные участниками в коммуникационном акте, не являются случайными, но они связаны между собой в диалоге при помощи секвенций.

Секвенция — это последовательность нескольких реплик, содержательно и организационно внутренне связанная, а также содержательно и организационно отделяющаяся от остального текста. Согласно Й. Неквапилу и И. Леудару, диалогическая медийная сеть представляет собой совокупность медиапродуктов, которые связаны между собой диалогически (при помощи парных секвенций) и тематически. Можно утверждать, что концепт «диалогической медийной сети» приоткрывает нам специфику массмедийного дискурса: медиапродукты создаются СМИ как ответ на события, происходящие в рамках определённого общества или в глобальном масштабе, и впоследствии они могут вызвать реакцию со стороны общественности или конкретного круга читателей, которая может повлиять на дальнейшее формирование контента СМИ. Кроме того, Й. Неквапил и И. Леудар при исследовании событий 11.09.2001 использовали дискурс-анализ, чтобы определить, как репрезентованы образы «своих» и «чужих / неприятелей» и кто относится к этим категориям (Nekvapil, Leudar 2006).

Йиржи Гомолач, как и Я. Гоффманнова, приступил к изучению дискурса с практической стороны. Комбинируя достижения этнометодологии и анализа категоризации членства (этот метод дискурсивного анализа позволяет нам сосредоточить внимание на том, как мы для себя определяем феномены окружающего мира и к каким категориям их относим), Й. Гомолач исследует репрезентацию ромов как этноса, в том числе в массмедийном дискурсе. Однако Й. Гомолач также не преуменьшает значимости теории дискурса, сосредоточивая своё внимание на всё больше набирающем популярность критическом дискурс-анализе (иначе говоря, на критическом анализе дискурса) и становится автором статьи «Критический дискурс-анализ» в «Энциклопедическом словаре чешского языка» (Homoláč 2002: 37–38).

С эмпиризмом Я. Гоффманновой составляет контраст Йиржи Краус и его обращение к античным истокам. Й. Краус отдаёт предпочтение изучению политического дискурса, сформированного из публичных устных высказываний и выступлений политиков, которые он рассматривает с точки зрения прагматики и неориторики. Отличие неориторики от классической риторики заключается в том, что она соединяет античные представления о выступлении на какую-либо тему с теорией дискурса 60-х гг. На этом строится определение дискурса, данное Й. Краусом: дискурс представляет из себя совокупность текстов разной формы, ограниченных по содержанию, тематике, используемым языковым средствам, которые имеют отношение к определённым социальным институтам и к некоторой ситуации (Kraus 2003: 18). Наиболее всего Й. Крауса интересует аргументативная сторона публичных высказываний, составляющих

политический дискурс. С точки зрения Й. Крауса, аргументация не исчерпывается средствами логики и наблюдается не только в заранее подготовленной речи с применением формальных языковых средств, но и в спонтанной речи с использованием повседневного языка (Kraus 2003: 29), так как Й. Краус считает первичной функцией дискурса коммуникативную и определяет в соответствии с этим аргументацию как «форму коммуникации, которая характеризуется неоднозначностью и в которой реализуются ценности, выраженные в естественном языке, и в позициях, которые люди занимают по отношению к этому языку» (Kraus 2003: 36).

Что касается исследований массмедийного дискурса в России, то в первую очередь стоит обратить внимание на труды Т.Г. Добросклонской, в которых она вводит термин дискурса в сферу российских массмедийных исследований. Т.Г. Добросклонская определяет дискурс как сообщение «в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации (отправитель, получатель сообщения, канал, обратная связь, ситуация общения или контекст)» (Добросклонская 2006: 22). По мнению Т.Г. Добросклонской, «массовая коммуникация представляет собой (...) процесс распространения (...) информации» (Добросклонская 2005: 15). Такое понимание массовой коммуникации связано с представлением о коммуникации в форме передаваемой модели. Тем не менее, не все российские исследователи придерживаются такого представления о дискурсе. Кириллова Н.Б. отмечает, что СМИ – «это коммуникативный, продуктивно-мировоззренческий ресурс, это смыслопроизводящий и транслирующий источник, построенный на идеологических, эмоциональных и даже подсознательных ожиданиях аудитории» (Кириллова 2006: 22). Так Н.Б. Кириллова помещает СМИ и получателей сообщения (аудиторию) в рамки отношений, характерных для конститутивной модели коммуникации, а массмедийный дискурс в этой интерпретации приобретает диалогический характер. Е.А. Кожемякин определяет медиадискурс в своей статье «Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования» так: это «тематически сфокусированная, социокультурно обусловленная речемыслительная деятельность в масс-медийном пространстве» (Кожемякин 2010: 13–14). Н.Ф. Алефиренко также обращает внимание на связь медиадискурса и культуры данного общества, которая отражается в употребляемых СМИ концептах и языковых средствах.

В связи с исследованиями массмедийного дискурса стоит упомянуть и исследования в русле политического дискурса, так как СМИ представляют собой площадку для выражения взглядов, в том числе политических. В начале 90-х годов XX века в России появилось направление «политическая концептология»,

в рамках которого изучается, как развивается содержание базовых политических понятий (демократия, идентичность, свобода, лидерство и т.п.) и как они функционируют в различных политических культурах. Одной из наиболее известных в этом направлении является работа М.В. Ильина «Слова и смыслы: опыт описания ключевых политических понятий». Эта работа может представлять особый интерес при применении анализа категоризации членства в исследованиях медиапродуктов.

Некоторые российские исследователи, например, В.Т. Третьяков и С.Г. Корконосенко, указывают на тесную связь СМИ и политики и под таким углом описывают работу СМИ и журналистику. Объектом исследования И.М. Дзялошинского является фигура журналиста и особенности журналистики в постсоветском обществе.

Наиболее развитым направлением в рамках политического дискурса является политическая лингвистика, наиболее видными представителями которой являются А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов, А.П. Чудинов, также исследует язык СМИ в связи с политикой Г.Я. Солганик. Исследователи адаптируют достижения в когнитивной лингвистике для изучения языковых средств, используемых в политическом дискурсе. Интересно, что российские исследователи в политической лингвистике также отмечают, что языковые средства (например, метафоры) могут использоваться политиками для политической аргументации, а это созвучно с мнением чешского учёного Й. Крауса.

Таким образом, и чешские, и российские исследователи понимают сложность определения массмедийного дискурса и продолжают искать пути к его изучению в рамках различных направлений.

Summary

The aim of the article is to describe the development of the notion “discourse” from the 20th century up to the present in the Czech republic and in Russia and to show the specifics of its usage in mass media studies. Discourse is one of the key notions in liberal arts (linguistics, literary studies, sociology, psychology, political science, philosophy, history etc.) and an object of numerous interdisciplinary researches. Although discourse analysis already existed in ancient Greece thanks to philosophy and rhetoric, the studies, regarding the discourse as a separate object of research, made their appearance only in the 1960s (the cognitive paradigm). However, there is no common definition of discourse that is universally recognized due to its miscellaneous and multi-layered character. Nowadays, the notion of discourse is often used to categorize different

spheres of human activities (political discourse, religious discourse, mass media discourse, feminist discourse etc.) and to explore the linguistic image of the world. Discourse analysis enables us to study the specifics in the use of a language and speech strategies in the wide social context.

Литература

- Алефиренко, Н.Ф.** *Когнитивно-дискурсивные аспекты лингвокультурологии*. Волгоград: Перемена, 2004.
- Баранов, А.Н., Караулов, Ю.Н.** *Русская политическая метафора (материалы к словарю)*. Москва, 1991.
- Баранов, А.Н., Караулов, Ю.Н.** *Словарь русских политических метафор*. Москва, 1994.
- Гутнер, Г.Б., Огурцов, А.П.** Дискурс. In: *Новая философская энциклопедия*. Москва, 2001. Режим доступа: <http://philosophy.niv.ru/doc/encyclopedia/new-philosophical/articles/471/diskurs.htm> (2022-04-29).
- Дзялошинский, И.М.** *Профессиональная этика журналиста*. Москва: Издательство Юрайт, 2017.
- Добросклонская, Т.Г.** *Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи)*. Москва: Едиториал УРСС, 2005.
- Добросклонская, Т.Г.** Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации. In: *Вестник Московского ун-та. Журналистика*. 2006 (10/2), с. 20–33.
- Ильин, М.В.** *Слова и смыслы: опыт описания ключевых политических понятий*. Москва: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 1997.
- Кириллова, Н.Б.** *Медиакультура: от модерна к постмодерну*. Москва: Академический проект, 2006.
- Кожемякин, Е.А.** Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. In: *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. 2010 (12), с. 13–21. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kommunikatsiya-i-mediadiskurs-k-metodologii-issledovaniya> (2022-04-29).
- Корконосенко, С.Г.** *Основы журналистики*. Москва, 2004.
- Солганик, Г.Я.** *Язык СМИ и политика*. Москва: Издательство Московского университета факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012.

- Третьяков, В.Т.** Современные проблемы российской журналистики. *Избранные лекции университета*. 2011 (121).
- Фуко, М.** *Археология знания* (перевод с французского языка: Ракова, М.Б., Серебрянникова, А.Ю.; вступительная статья: Колесникова, А.С.). Санкт-Петербург: ИЦ «Гуманитарная Академия»; Университетская книга, 2004.
- Čmejrková, S., Hoffmannová, J. (ed.)** *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003.
- Gerbner, G.** Towards a general model of communication. In: *Audio-Visual communication Review*, 1956 (4), s. 171–199.
- Hoffmannová, J.** Intertextové, metatextové, terminologické problémy české analýzy diskurzu. In: Žigo, P. (ed.) *Zborník Filozofickej fakulty Univerzity Komenského, Philologica*. 2003 (61), s. 67–72.
- Homoláč, J.** Analýza diskurzu kritická. In: Karlík, P., Nekula, P., Pleskalová, J. (eds.): *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002, s. 37–38.
- Homoláč, J.** Jedna podoba mediálního diskurzu o Romech. In: Čechová, M., Moldanová, D. (eds.) *Jinakost, cizost v jazyce a literatuře*. Ústí nad Labem: Univerzita Jana Evangelisty Purkyně, 1999, s. 111–121.
- Jiráček, J.** *Masová média*. Praha: Portál, 2015. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspxdirect=true&db=nlebk&AN=1543319&lang=cs&site=ehost-live> (2022-04-29).
- Kraus, J.** *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Praha: Karolinum, 2008. Dostupné z: <http://alephuk.cuni.cz/CKIS-28.html> (2022-04-29).
- Kraus, J.** Vyjadřování polemičnosti a významových opozic v politickém diskurzu. In: Čmejrková, S., Hoffmannová, J. (eds.) *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003, s. 13–39.
- Lasswell, H.** The Structure and Function of Communication in Society. In: Bryson, L. (ed.) *The Communication of Ideas*. New York: Harper, 1948, s. 32–51.
- Leudar, I., Marsland, V., Nekvapil, J.** On Membership Categorization: „Us“, „Them“ and „Doing Violence“ in Political Discourse. In: *Discourse and Society*, 2004 (15), s. 243–266.
- Nekvapil, J., Leudar, I.** Sekvenční struktury v mediálních dialogických sítích. In: *Sociologický časopis*, 2002 (38/4), s. 483–500.

Newcomb, T. M. An approach to the study of communicative acts. In: *Psychological Review*, 1953 (60/6), s. 393–404. Dostupné z: <https://doi.org/10.1037/h0063098> (2022-04-29).

Shannon, C. E., Weaver, W. *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press, 1949. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/19980715013250/http://cm.bell-labs.com/cm/ms/what/shannonday/shannon1948.pdf> (2022-04-29).

Westley, B.H., MacLean, M. A conceptual model for mass communication research. In: *Journalism Quarterly*, 1957 (24), s. 31–38.



The article is accessible in open access mode under licence CC BY-NC-ND
Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0