

Коньшева Марина Владимировна

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ МАСС-МЕДИЙНОГО ТЕКСТА

В статье рассматриваются вопросы сочетания вербального и медийного уровней представления информации в медийном тексте, выявляются прагматические параметры медиаречи, включающие элементы суггестивных технологий и включенность в диалог культур. Диалогический характер медиатекста, явная и скрытая оценка событий, смещение событийных акцентов, искажение реальности, формирование у читателя ложных представлений в их вербализации показаны на примере статьи из британской газеты "Дейли телеграф".

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/9-1/23.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 9 (51): в 2-х ч. Ч. I. С. 91-95. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/9-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

40. **Rečnik srpskohrvatskog književnog jezika** / uredživački odbor M. Stevanović I dr. 2 fototipsko izd. Novi Sad: Matica srpska, 1990. 6 kn.; 25 sm.
41. **Sun & Fun Zaštitna krema za sunčanje spf 36** [Электронный ресурс] // MULTIACTIV M. URL: <http://www.multiactiv.rs/products.php?id=54> (дата обращения: 13.03.2014).
42. **Torta Grčki sladoled** [Электронный ресурс] // Minjina Kuhinjica. URL: <http://www.minjina-kuhinjica.com/desert/torta/svakodnevnne-torte/torta-grcki-sladoled> (дата обращения: 25.01.2015).
43. **Uputstvo za podešavanje routera D-Link GO-RT-N150**. Proizvodžač: D-Link Corporation, Tajvan.
44. **Uputstvo za rukovanje električne četkice za zube OMRON Sonic Style B450**. Proizvodžač: Omron Healthcare Co., Ltd., Japan.
45. **Zapечeni avocado** [Электронный ресурс] // Gastronomija. URL: <http://www.gastronomija.info/index.php?sta=recept&no=7793> (дата обращения: 21.02.2015).

PRAGMALINGUISTIC CHARACTERISTIC OF INSTRUCTION BY THE MATERIAL OF THE RUSSIAN AND SERBIAN LANGUAGES

Kondrashkina Ekaterina Yur'evna

Ogarev Mordovia State University

katarina.uk@mail.ru

In the article the structural and linguistic peculiarities of technical, cosmetic, medical and culinary instructions are considered, the similarities and differences of pragmatic factors affecting the features of representation of the text in the Russian and Serbian languages are identified. The author raises the issue of the formation of instructive discourse and describes the practical results of the study which can be used in the development of special courses in the field of comparative pragmalinguistics, business communication, as well as in the creation of recommendations for the compilation of instructions.

Key words and phrases: instruction; instructive discourse; pragmatic factors; addressee; addresser.

УДК 81.42

Филологические науки

В статье рассматриваются вопросы сочетания вербального и медийного уровней представления информации в медийном тексте, выявляются прагматические параметры медиаречи, включающие элементы суггестивных технологий и включенность в диалог культур. Диалогический характер медиатекста, явная и скрытая оценка событий, смещение событийных акцентов, искажение реальности, формирование у читателя ложных представлений в их вербализации показаны на примере статьи из британской газеты «Дейли телеграф».

Ключевые слова и фразы: медиатекст; медиаречь; диалогическая природа масс-медийного текста; паралингвистические средства; манипулятивные технологии; суггестивные технологии медийных текстов.

Конышева Марина Владимировна, к. филол. н., доцент

Московский городской педагогический университет

mkonysheva@mail.ru

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ МАСС-МЕДИЙНОГО ТЕКСТА[©]

Выявление прагматических параметров масс-медийного текста требует междисциплинарного подхода, включающего методы исследования контент-анализа [17; 19], теории дискурса [11; 14], социолингвистики [16], функциональной стилистики [20], когнитивной лингвистики [12; 13; 21]. Такой комплексный подход предполагает, помимо лингвистического анализа принципов организации вербальных форм коммуникации, проведение культурологического анализа, анализа коммуникативных практик и коммуникативного пространства [2], анализа манипулятивных приемов и скрытых интенций [4; 5; 6], а также анализа особенностей культурно-информационного пространства [1].

Характерным свойством современного культурно-информационного пространства и медийного текста является сочетание вербального и сугубо медийного уровней представления информации. Элементы медийного уровня (иллюстрации, видеоряд, звуковое сопровождение и пр.), являясь внетекстовыми компонентами медийного текста и создавая определенные эффекты, усиливают воздействие на аудиторию. Особенно эффективно это сочетание работает в сфере теле- и радиомедийного пространства, в центре которого находится медиаречь.

Внедрение и быстрое распространение новых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), формирование и развитие единого глобального информационного пространства и признание необходимости изучения медиаречи в рамках медиалогии (media studies) привело к возникновению самостоятельного направления в современном языкознании – медиалингвистики, базовые категории которой были сформулированы в исследованиях Т. Г. Добросклонской [3].

Несмотря на многообразие масс-медийных жанров, такие тексты всегда ситуативно обусловлены и строго привязаны к редакционной политике издания. Любые, самые независимые представители СМИ функционируют в рамках заданной политической системы и, кроме основной функции – информирование читателей, осуществляют целый ряд побочных манипулятивных, о которых не принято заявлять публично. Используя специальные языковые средства и технологии психологического воздействия, СМИ умело манипулируют массовым сознанием людей, что приводит к закреплению положительных автостереотипов и целенаправленному формированию негативных гетеростереотипов.

Интертекстуальный анализ материалов о России, опубликованных в массовом ежедневном британском издании “the Daily Telegraph” за последние три года, показывает активное внимание журналистского сообщества к российской тематике и демонстрирует крайне тенденциозное освещение любых событий, происходящих в стране. И в этом смысле такие медиатексты являются частью политического процесса.

Учитывая четко выраженную трехкомпонентную прагматическую установку медиатекста (совместить в одном тексте отношение автора к действительности, к содержанию сообщения и адресату), можно говорить о его диалогической природе в том смысле, какой вкладывал в это понятие М. М. Бахтин, – всеобщности диалога благодаря эстетической деятельности человека, диалогическом проникновении в смыслы. М. М. Бахтин подчеркивал наличие диалогических отношений на уровне идей и эстетических смыслов как в самом тексте, так и в интертекстуальном пространстве, полагая, что диалогические отношения направлены, с одной стороны, на полноценное проникновение в эстетику литературно-художественного текста и образа, а с другой – на поддержание преемственности в развитии диалога идей [1].

Представляется, что эта концепция применима и к медиатексту, функционирующему в рамках политического дискурса. Более того, благодаря появлению интернет-коммуникации, представляющей самые широкие возможности для самовыражения (комменты, блогосфера, социальные сети и т.д.), недавнее асимметричное общение читателя с традиционными «бумажными» средствами массовой информации перерастает в полноценную многофункциональную медиакоммуникацию, при которой диалог уже перерастает в полилог. Диалогичность, как изначальное свойство медиатекста, сохраняется в виде открытых ответных реплик на прецедентный текст, появившийся в традиционном печатном или электронном издании или прозвучавший в публичном пространстве в пределах собственной или иной культурно-языковой среды.

Диалогический характер, имманентно присущий медиатексту, на лингвистическом уровне проявляется в выборе речевых форм и стилистических приемов, а на внелингвистическом уровне в сочетании системы параметров, позволяющих оценить медиатекст с точки зрения его включенности в медиапространство. Оба названных уровня исследования неизбежно пересекаются и взаимодополняют друг друга, образуя «медийный модуль (ММ), описывающий и реализующий духовные потенции медийных текстов» [8, с. 84].

Ядром медийного модуля выступает система признаков текстов, порожденных в сфере масс-медиа (событийность, лапидарность, экспрессивность, визуальная составляющая, оперативность и т.д.).

Анализ масс-медийной событийности можно считать ядром логико-семантического анализа ММ. Событие в эпоху электронных СМИ стало соседствовать с квазисобытием, с постановочными мероприятиями, имитирующими жизнь. Факты стало трудно, а то и невозможно отличить от ложных информационных вбросов. Это значит, что на смену описанию факта приходит интерпретация реальных или описанные вымышленных событий.

Из медийного модуля уходит обязательная верификация факта, и доказательная база заменяется сверх-экспрессивной и эмотивной подачей информации.

При этом из текста в текст воспроизводится методика речевого воздействия, близкая к суггестивным технологиям.

Суггестивные технологии, имеющие целью незаметное введение в сознание человека чуждых ему ментальных образов на фоне эриксоновского гипноза, широко используются психологами, работающими в технике нейролингвистического программирования (НЛП). НЛП-технологии создавались для использования комплексной атаки на сознание человека, при которой речевое воздействие звучащего текста сопровождается и дополняется целым комплексом дополнительных средств воздействия на все сенсорные каналы: зрительный, обонятельный, кинестетический, вкусовой. Результатом такого воздействия является переформатирование сознания и формирование новых стереотипов мышления и моделей, или *паттернов*, поведения [7; 10].

Речевая часть комплексного воздействия основана на многократном повторении определенным образом построенного текста, принадлежащего одновременно политическому и медийному дискурсам.

Медиатекст, с точки зрения его лингвоформатных признаков, обнаруживает те же лингвистические, паралингвистические и нелингвистические свойства, что и тексты НЛП: обобщение, повтор, указание на причинно-следственные отношения в сочетании с приемами невербального общения, когда неосознанные жесты или поза помогают расположить к себе окружающих.

Коммуникативной целью медиатекста политического дискурса часто является подмена объекта описания сверхэмотивной подачей информации, эйдетики-когнитивное и эмоционально-установочное внушение желаемых образов, мыслей и ментальных установок, использование вспомогательных средств воздействия. К последним можно отнести реальное фото или ‘фотожабу’ (разновидность фотомонтажа), видеоизображение реальных или постановочных событий, сопровождение текста звуковым рядом. Поскольку современный медиатекст практически всегда бывает доступен в электронной версии, в дополнение к собственному интеллектуально коммуникативному воздействию присоединяются паралингвистические средства выразительности.

Конечной целью медиатекста, входящего одновременно в два дискурса (медийный и политический), является замена смысловых структур, навязывание определенных оценочных эталонов, поведенческих моделей и, как следствие, формирование предсказуемой реакции реципиента в результате речевого воздействия субъекта коммуникации – автора текста.

Медиадискурс является как самостоятельным контекстом для выделения и анализа определенных лексических единиц, так и непосредственным транслятором политической обстановки.

Показательной в данном отношении является статья Тима Стэнли «Размер не имеет значения: крохотная Британия во многом превосходит гигантскую Россию», опубликованная 8 сентября 2013 г. в британской газете «Дейли телеграф» (оригинал публикации: *Size doesn't matter: the top ten ways in which little Britain is vastly superior to big fat Russia*. Tim Stanley, "The Telegraph UK") [18].

В полном соответствии с диалогическим характером медиатекста политического дискурса данная статья является ответной репликой на замечание Дмитрия Пескова, официального представителя президента России В. В. Путина, который в разговоре с журналистами якобы сказал следующее: Великобритания – «просто маленький остров... никто не обращает внимания на них» [15].

Британия – действительно маленький остров, что является абсолютной истиной, не требующей отдельного доказательства. Однако решив, что данная характеристика является для самой Британии и ее жителей оскорбительной, автор приводит десять аргументов в поддержку автостереотипа Британии и британцев и гетеростереотипа России и русских, ни один из которых не имеет прямого отношения к размеру острова.

Вся статья построена на антитезе положительного автостереотипа, который противопоставляется негативно-му гетеростереотипу «русских». Персуазивное воздействие статьи на читателя строится на стратегиях и механизмах прямого и непрямого воздействия и предполагает достижение определенных коммуникативных целей.

К механизмам прямого действия можно отнести лингвистические приемы иллокутивных актов с присущим им коммуникативным эффектом, к механизмам непрямого действия – скрытые свойства текста – пресуппозиции и импликации, выявляющиеся только при лингвистическом анализе текста как объекта исследования и интертекстуальном анализе с включением материала прецедентного текста. Пресуппозиции и импликации конкретного высказывания выявляются при анализе речевого акта как трехуровневого образования. И пресуппозиции, и импликации по своей природе не могут быть экспликативны, они, как правило, скрыты в одном из видов иллокутивных актов. Из существующих базовых иллокутивных актов – констатив, промисив, менасив, перформатив, инъюнктив, реквестив и квеситив – самым частотным является констатив, именно на его основе создается большая часть более сложных коммуникативных построений.

Практически все 10 приводимых в статье речевых актов, включая вводный, строятся по одной схеме. Речевой акт, распадаясь на два тематических блока (один фокусируется на автостереотипе, второй – на гетеростереотипе), построен по традиционной трехкомпонентной структуре с обязательным включением усиливающего компонента высказывания, в качестве которого может выступать: ложный информационный вброс, косвенные обвинения, личный или коллективный миф, оценочное суждение, искажение причинно-следственных связей, повтор темы, цитирование, ссылка на авторитет, подразумеваемая противоположность, гиперболизация событий, нарушение формальных законов логики и пр. Тематическая и эмотивная составляющие всей статьи заданы в первом вводном абзаце. На примере двух иллокутивных актов рассмотрим механизм создания текста, содержащего суггестивные технологии.

Вводный иллокутивный акт с акцентом на автостереотипе:

а) *Russia may be bigger than us but while its population is drinking vodka and doing silly dances with big furry hats on* [18]... / Россия, возможно, больше нас, но пока ее население пьет водку и исполняет глупые танцы в больших меховых шапках...

пресуппозиция 1 – Россия большая страна;

пресуппозиция 2 – привычки русских: пить водку, танцевать глупые танцы и носить большие меховые шапки;

импликация 1 – русские много пьют;

импликация 2 – они глупы, т.к. танцуют глупые танцы;

суггестивный блок – искажение причинно-следственных связей, подмена объекта описания и нарушение одного из формальных законов логики – закона тождества: Россия, возможно, большая страна, но ее жители пьют водку. На лингвистическом уровне это выглядит как смена объекта описания в пределах одной синтаксической конструкции, переход с описания страны на описание народа.

Вводный иллокутивный акт с акцентом на гетеростереотипе:

б) *...Britain is busy being frightfully witty at cocktail parties, driving on the correct side of the road and generally acting like a boss* [Ibidem]. / Британия остроумно шутит на коктейльных приемах, ездит по правильной стороне дороги и вообще ведет себя, как хозяин.

пресуппозиция 1 – британцы – народ высокой культуры, достойного воспитания и изящных манер;

пресуппозиция 2 – британцы остроумны;

пресуппозиция 3 – британцы законопослушны и организованны;

пресуппозиция 4 – британцы являются хозяевами мира;

импликация – в России нарушают правила дорожного движения, может быть, вообще вся страна ездит по неправильной стороне дороги, и закономерно, что, как заявил президент США Обама 10 марта 2014 года,

Россия находится на неправильной стороне истории («Russia is on the wrong side of history...»), то есть живет неправильно;

суггестивный блок – коллективный миф – британцы не только ездят по правильной правой стороне дороги, но и живут правильно и продолжают распоряжаться миром, хотя и не являются империей.

Инициальный иллокутивный акт с акцентом на автостереотипе:

1а) *The British haven't felt the need to kill their royal family for a good 500 years. We haven't found it necessary to have a popular revolution at all – thanks to our very sensible constitution, clement weather and having "better things to do" [Ibidem]. / Британцы не испытывают потребности в уничтожении королевской семьи в течение уже пяти столетий. Мы не видим необходимости совершать народную революцию – спасибо нашей разумной конституции, мягкому климату и тому, что у нас всегда были более полезные занятия.*

пресуппозиции 1 – в Британии есть монарх;

пресуппозиции 2 – монархия имеет давнюю традицию (500 лет);

пресуппозиции 3 – в Британии не было революции почти 500 лет;

пресуппозиции 4 – Британия соблюдает конституционный порядок; британцы заняты более полезным трудом, чем совершать революции;

импликация 1 – в Британии стабильная социальная система, построенная на общественном договоре;

импликация 2 – британцы довольны надежными правилами жизнеустройства;

суггестивный блок 1 – ложный информационный вброс – «Британия живет по разумной конституции», на самом деле конституции Британии, как основного государственного документа, регламентирующего устройство общества и имеющего «конституцию», не существует в природе. Жизнь страны построена на прецедентном праве и отдельных законодательных актах;

суггестивный блок 2 – нарушение причинно-следственных связей и одного из формальных законов логики: закона достаточных оснований – Британия не видит необходимости в революции благодаря мягкому климату (clement weather).

Инициальный иллокутивный акт с акцентом на гетеростереотипе:

1б) *By contrast, the Russkies had about twelve revolutions in one year in 1917, before deciding that the only way to settle the matter was to shoot not only their royals but their servant, nanny, doctor and pastry chef. If they'd owned a parrot, they'd have shot that, too [Ibidem]. / Напротив, в России за один только 1917 год произошло около 12 революций, после чего русские поняли, что единственный способ положить конец конфликту – это расстрелять не только всех членов царской семьи, но и их слуг, няню, доктора и кондитера. Если бы у царской семьи был попугай, они бы и его расстреляли.*

пресуппозиция 1 – в России было много революций;

пресуппозиция 2 – русские плохо соображают – прежде чем понять, что во всем виноват царь, они в течение года устраивали бесконечные революции;

импликация 1 – русские не только плохо соображают, они еще злобные, жестокие люди – вместе с царем они убили камердинера, няню, врача и повара;

импликация 2 – русские недалекий народ;

суггестивный блок 1 – ложный информационный вброс, осознанное преувеличение: в России только в 1917 г. было 12 революций (магическое число);

суггестивный блок 2 – косвенные обвинения – если бы у царской семьи был попугай, убили бы и попугая, настолько жестоко русские люди.

Интертекстуальный анализ прецедентного речевого акта, статьи в газете «Телеграф» и ряда последующих вторичных текстов, появившихся как реакция на названную статью, полностью подтверждает диалогическую природу многоуровневого медиатекста, созданного профессиональными журналистами и блоггерами-любителями. Авторская статья Тима Стенли (Tim Stanley), представляющего себя в качестве профессионального историка, содержит широкий спектр суггестивных технологий: элементы медийного уровня (фотографии, иллюстрации, 'фотожабы'), обобщение, повтор, смена объекта, ложный информационный вброс, косвенные обвинения, личный или коллективный миф, оценочное суждение, искажение причинно-следственных связей, цитирование, ссылка на авторитет, подразумеваемая противоположность, гиперболизация событий, нарушение формальных законов логики.

Конечной целью таких приемов является затемнение сути основного события как объекта описания, подмена объекта описания, формирование нужного ментального образа. В практической области – текстах СМИ – подобные приемы являются элементом «информационной войны».

Феномен «информационной войны» можно рассматривать как один из аспектов современного политического дискурса, который вербализуется через дискурс СМИ. Публицистический текст, экспликативно выполняющая информативно-коммуникативную функцию, скрыто реализует не менее важную – манипулятивную, которая обнаруживается при комплексном анализе лингвистических и прагматических параметров текста.

Анализ речевых актов выявил в классической трехуровневой иерархии смыслов дополнительный суггестивный блок, а в некоторых речевых актах несколько блоков, несущих скрытую манипулятивную задачу дезинформации. Хотя дезинформация является наиболее простым и довольно эффективным способом манипуляции общественным сознанием, современные англоязычные СМИ стремятся избегать прямой лжи в своих материалах.

Для формирования необходимых устойчивых образов в сознании читателя используется преднамеренный отбор информации, активное освещение одних событий и игнорирование других, представление информации под определенным углом зрения, героизация одних публичных персон и диффамация других и пр.

Наиболее активно используются приемы обобщения, подмены объекта описания (в речи это реализуется посредством метонимического переноса) и стереотипизации характеристик или ситуаций. Стереотипизация в масс-медиальном тексте направлена на формирование устойчивого «образа врага», как правило, в лице конкретного политического лидера или государства.

На лингвистическом уровне эта цель реализуется посредством классических риторических приемов: тропов (сравнение, эпитет, метафора, метонимия, гиперболы) и фигур речи (антитеза, параллелизм, градация, умолчание, оксюморон). Указанные приемы сочетаются в тексте с сознательным нарушением формальных законов логики и усиливаются введением в текст паралингвистических визуальных средств воздействия для реализации эмотивной, апеллятивной и манипулятивной целеустановок текста.

Выбор и сочетание речевых способов воздействия на читателя обусловлены темой статьи, политикой издания и степенью литературного таланта автора.

Список литературы

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
2. Дементьев В. В. Непрямая коммуникация. М.: Гнозис, 2006. 560 с.
3. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ – современная медиаречь. М.: ФЛИНТА, 2014. 264 с.
4. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Век XXI. М.: Эксмо, 2015. 464 с.
5. Любимова А. А. Языковые аспекты воздействия на общественное сознание (на сопоставительном материале средств массовой информации конца XX – начала XXI в.). М.: МГУ, 2006. 240 с.
6. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук Ваклер, 2003. 656 с.
7. Холл М., Боденхамер Б. Полный курс НЛП: руководство для достижения уровней Практика НЛП и Мастера НЛП. СПб.: Прайм-ЕВРО-ЗНАК, 2006. 635 с.
8. Хорольский В. В. Медийность в текстах СМИ и понятие медийного модуля // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2013. № 4. С. 75-89.
9. A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis: Theory, Methodology and Interdisciplinarity / R. Wodak and P. Chilton (eds.). Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins, 2005. xiii+321 p.
10. Bandler R., Grinder J. Reframing: Neuro-Linguistic Programming and the Transformation of Meaning. Cupertino, CA: Meta Publications, Dilts, Robert, 1983. Vol. I. The Study of the Structure of Subjective Experience. 271 p.
11. Chilton Paul. Analysing Political Discourse: Theory and Practice. L. – N. Y.: Routledge, 2004. xiv+226 p.
12. Cognitive Linguistics: Foundations, Scope, and Methodology / Th. Janssen, G. Redeker (eds). Berlin – N. Y.: Mouton de Gruyter, 1999. 271 p.
13. Cognitive Linguistics research – 15. Berlin – N. Y.: Mouton de Gruyter, 1999. 279 p.
14. Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity / G. Weiss, R. Wodak (eds). Houndmills: Palgrave Macmillan, 2008. 336 p.
15. Elliott Francis. Cameron Hits Back after Putin Spokesman Says Britain Is 'Just a Small Island' [Электронный ресурс] // The Times. September 6. 2013. URL: <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/politics/article3862021> (дата обращения: 07.06.2015).
16. Lemke J. L. Textual Politics: Discourse and Social Dynamics. L.: Taylor & Francis, 1995. ix+196 p.
17. Mayring Ph. Qualitative Content Analysis [Электронный ресурс] // Forum Qualitative Social Research. Volume 1. № 2. Art. 20 – June 2000. URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2385> (дата обращения: 07.06.2015).
18. Stanley T. Size doesn't Matter: the Top Ten Ways in Which Little Britain is Vastly Superior to Big Fat Russia [Электронный ресурс]. URL: <http://blogs.telegraph.co.uk/news/timstanley/100234635/size-doesnt-matter-the-top-ten-ways-in-which-little-britain-is-vastly-superior-to-big-fat-russia/> (дата обращения: 07.06.2015).
19. Stemler S. An Overview of Content Analysis [Электронный ресурс] // Practical Assessment, Research & Evaluation, 7 (17). URL: <http://pareonline.net/getvn.asp?v=7&n=17> (дата обращения: 19.06.2015).
20. Studies in Functional Stylistics / ed. by J. Chloupek, J. Nekvapil. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1993. 293 p.
21. Trends in Cognitive Linguistics: Theoretical and Applied Models / J. Valenzuela (ed.). Frankfurt, M. – Berlin – Bern – Bruxelles – N. Y. – Oxford – Wien: Lang, 2009. XIII+292 p.

PRAGMATIC PARAMETERS OF MASS-MEDIA TEXT

Konysheva Marina Vladimirovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Moscow City Teacher Training University
mkonysheva@mail.ru

The article examines the problems of combining the verbal and media levels of presentation information in the media text, identifies pragmatic parameters of media-speech containing the elements of suggestive technologies and inclusion in the dialogue of cultures. Dialogic nature of media-text, explicit and implicit evaluation of events, shift of event-trigger accents, distortion of reality, formation of reader's false conceptions in their verbalization are shown by the example of the article from the British newspaper "The Daily Telegraph".

Key words and phrases: media-text; media-speech; dialogic nature of mass-media text; paralinguistic means; manipulative technologies; suggestive technologies of media-texts.