

Грушевская Елена Сергеевна

**ВЗАИМОВЛИЯНИЕ ПРИНЦИПОВ ТИПОЛОГИЗАЦИИ ДИСКУРСА И АКТУАЛИЗАЦИИ
КАТЕГОРИИ АДРЕСАТНОСТИ**

В статье анализируется процесс формирования принципов типологизации дискурса с учетом категории адресатности. Делается вывод о доминантном характере исследуемой категории в процессе типологизации дискурса. Детерминация адресатов коммуникации, с одной стороны, с учетом понятия интегративности, как потенциальных адресатов для любого вида дискурса, с другой стороны, с учетом понятия дифференцированности, как специфически обусловленных адресатов в каждом из видов дискурса, способствует конструированию матрицы типологически дифференцированной адресатности.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/11-1/21.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 11(77): в 3-х ч. Ч. 1. С. 82-85. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/11-1/

© 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

УДК 81'42

В статье анализируется процесс формирования принципов типологизации дискурса с учетом категории адресатности. Делается вывод о доминантном характере исследуемой категории в процессе типологизации дискурса. Детерминация адресатов коммуникации, с одной стороны, с учетом понятия интегративности, как потенциальных адресатов для любого вида дискурса, с другой стороны, с учетом понятия дифференцированности, как специфически обусловленных адресатов в каждом из видов дискурса, способствует конструированию матрицы типологически дифференцированной адресатности.

Ключевые слова и фразы: дискурс; социокультурный аспект; типологизация; признаки дискурса; адресатность; интегративность; дифференциация; диахрония.

Грушевская Елена Сергеевна, к. филол. н.
Кубанский государственный университет, г. Краснодар
kff-kubsu@yandex.ru

ВЗАИМОВЛИЯНИЕ ПРИНЦИПОВ ТИПОЛОГИЗАЦИИ ДИСКУРСА И АКТУАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ АДРЕСАТНОСТИ

В данной статье основной объект изучения – понятие типологизации, которое актуализируется как в пространстве вычленения типов дискурса, так и при определении типов адресатов, которые могут квалифицироваться как носители адресатной специализации.

Конкретная задача, поставленная нами, позволяет привлечь минимум исследований, необходимых для развития изучаемого нами вопроса, относительно теории дискурса, включая его определение с учетом структурно-семантических и прагматических характеристик. Обратимся к тем из них, в которых в той или иной степени фигурирует понятие типологии – от общей характеристики до перечисления собственно конкретных видов дискурса [14].

Прежде рассмотрим характеристики дискурса как типологически и институционально обусловленного явления.

В. Е. Чернявская понимает дискурс как конкретное *коммуникативное событие*, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве [Там же, с. 3]. Согласно Р. Водак, институциональный дискурс представляет собой сложную совокупность различных взаимосвязанных конфликтующих между собой дискурсов в рамках *заданной обстановки* (“setting”) [17, р. 12]. В двух приведенных определениях основным элементом в дискурсивном механизме представляется такое понятие и явление, как «коммуникативное событие» (ср. также «заданная обстановка»).

Г. М. Яворская дифференцирует дискурсы в зависимости от четырёх основных параметров: сферы функционирования, ситуации общения, принципов структурной организации, прагматических целей [16].

Сравнение приведенных параметров в двух предыдущих концепциях позволяет сделать вывод о том, что в целом лингвисты единодушны в перечислении принципов типологизации дискурсов с учетом такого параметра, как «ситуация общения» [Там же, с. 52]. Приведем другие дефиниции: дискурс – речевой поток, язык в его постоянном движении, вбирающий в себя все многообразие эпохи, индивидуальных и социальных особенностей как коммуниканта, так и коммуникативной ситуации, в которой происходит общение [3]; «дискурс – не просто “субстанция” для реализации, а одновременно источник когнитивных моделей, опирающихся на широкий социально-культурный контекст» [7, с. 243]; «дискурс – коммуникативно-прагматическое событие социокультурного характера» [1, с. 12].

Значимость социокультурного контекста в обобщенном виде представлена в определении, иллюстрирующем обусловленность лингвистического аспекта экстралингвистическими факторами: «дискурс – это сложное коммуникативное явление, включающее кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресанта), необходимые для понимания текста» [9, с. 8].

Дискурсивный механизм характеризуется с учетом множества измерений, включая этнографические, психологические, социокультурные правила и стратегии порождения и понимания речи в различных условиях, задающих «необходимый темп речи, степень ее связности, соотношение общего и конкретного, нового и известного, субъективного (нетривиального) и общепринятого, эксплицитного и имплицитного в содержании дискурса, меру его спонтанности, выбор средств для достижения нужной цели, фиксацию точки зрения говорящего и т.п.» [2, с. 136].

Понятие «речевое поведение» получает свое развитие в следующем определении дискурса, в котором актуальна значимость социальной детерминации: «общепринятый тип речевого поведения субъекта в какой-либо сфере человеческой деятельности, детерминированный социально-историческими условиями, а также утвердившимися стереотипами организации и интерпретации текстов как компонентов, составляющих и отображающих его специфику» [8, с. 28].

Обобщая представленные подходы, можно констатировать, что вычленение типов дискурса базируется на экстралингвистическом факторе. Это, прежде всего, сфера функционирования, коммуникативная среда. В классификации концептуальных подходов к исследованию дискурса (лингвистический, семиотический, диалогический, социальный, идеальный, деятельностно-коммуникативный, когнитивный) неизменно присутствует социальный подход (изучение социальной практики с идеологическим основанием) (Э. Косериу, М. Фуко, П. Серю) [15].

Таким образом, основой типологизации дискурсов принимается понятие «социальные практики», поскольку типологизация дискурса основана на принятии понятий социальной деятельности в той или иной сфере жизнедеятельности человека, социума [13]. Дискурс понимается как социально/идеологически ограниченная совокупность текстов и правил текстопостроения [12]. Дискурсивные формации имеют историю, режим преобразований. В дискурсе специфицируются значимые для социума коммуникативные ситуации [11, с. 71].

Комплексный подход позволяет выстроить наиболее развернутую, исчерпывающую модель (насколько это возможно при учете относительности знания) институционального дискурса. В. И. Карасик выделяет в нем четыре группы признаков: 1) конститутивные признаки; 2) признаки институциональности; 3) нейтральные признаки; 4) признаки типа институционального дискурса (ИД). Данные группы признаков объединяют универсальные и специфические характеристики. Остановимся на первых двух группах, которые позволяют говорить о типологии дискурсов.

В первую (конститутивную) группу признаков входят: условия, организация, способы, материал, сфера общения, коммуникативная среда, мотивы, цели, стратегии, канал, режим, тональность, стиль и жанр общения, в основе которого – тексты и/или невербальные знаки («знаковое тело общения»), актуализируемые участниками в дискурсе с учетом их статусно-ситуативно-коммуникативных ролей.

Вторая группа (признаки институциональности) объединяет и конкретизирует ролевые характеристики субъектов коммуникации, институты, типичные хронотопы, символические действия, трафаретные жанры и речевые клише. Специфика типа ИД строится на базе конкретного общественного института с учетом его ключевого концепта (например, «власть» – в политическом дискурсе; «закон» – в юридическом; «здоровье» – в медицинском и др.). Особо значимы в этой группе общественные ритуалы, поведенческие стереотипы, мифологемы, а также неизменно тексты, производимые в каждом из институтов [4].

Справедливо также мнение о том, что описание континуальности дискурса возможно в следующих структурообразующих параметрах: 1) производство и потребление дискурса (с учетом понятий языковой личности, ролей в коммуникации, речевых жанров, тактик, стратегий, типологии языковых личностей); 2) коммуникационное обеспечение (каналы, формы коммуникации, способы хранения дискурса); 3) дискурсивные формации (разновидности дискурса, образуемые с учетом коммуникативного и когнитивного аспектов дискурса); 4) интертекстуальное взаимодействие [11, с. 67]. Таким образом, сопоставление подходов выявляет скорее единое в позициях ученых в вопросе представления компонентов дискурса.

Представив общие дефиниции дискурса, а также его модель (структуру) в соответствующих параметрах (компонентах), попробуем приблизиться к вопросу о его типологизации. В настоящее время наблюдается бум в исследовании дискурса в различных аспектах, измерениях. Выявляются новые его виды. Постулируется значимость каждого из компонентов в целостной модели дискурса. Исследуются личностно-ориентированные дискурсы, понимаемые как социально обусловленные феномены, несмотря на присутствие идиостилистического компонента. В связи с этим институциональный дискурс явлен как наиболее цельный и актуальный.

Контекст общественной жизни, так называемая социальная практика, обуславливает интеграцию различных видов дискурса. В. И. Карасик в третьей группе признаков ИД выделил так называемые «нейтральные», общедискурсивные признаки, характерные для любого общения, личностно-ориентированные признаки, а также признаки, актуализирующие точки пересечения дискурсов (например, элемент рекламы в политическом дискурсе, реализуемый в тактике самопрезентации) [4]. Попробуем развить данную тему. К примеру, политика образования, чтобы быть эффективной, нуждается в разумном сочетании долей политики и образования. В пересечении политического и образовательного (педагогического) дискурса доля образования должна быть доминантной. Аналогично обстоит дело и с экономической образованием. Как известно, когда превалирует экономика, то образование превращается в сферу услуг (с элементами рекламы). При этом происходит подмена ценностей – материальных и духовных, что ведет к потере значимости самого понятия «ценности». В данном аспекте важно сохранение доминанты понятия «сфера функционирования». Понятие «экономика образования» должно быть актуально, прежде всего, в сфере образования, нуждающегося в сохранении духовных ценностей. Телеологичность установок обуславливает соответствующее разворачивание дискурса в той или иной сфере функционирования, которая и создает соответствующие условия для ее «превращения» в сферу общения.

Каким же образом в дискурсивном пространстве происходит собственно разграничение видов дискурса? В. И. Карасик предлагает их классификацию на базе трех подходов – социолингвистического, прагматического, тематического с учетом интегративного подхода [5].

Прагматический подход охватывает такие виды дискурса, как комический (юмористический), ритуальный, эзотерический, побудительный, повествовательный, эпистолярный, аргументативный, а также дискурс опровержения и слухов. Как видим, данный подход охватывает виды дискурса, относимые к жанровым (повествовательный, эпистолярный, эзотерический), формальным (ритуальный), стратегическим (аргументативный, побудительный) особенностям дискурса.

Тематический подход предлагается в качестве основания для вычленения и анализа следующих видов дискурса: экономический, моральный, экологический, сказочный, прогностический, автобиографический, террористический и др. [Там же]. Нет сомнения, что определяющим фактором в данном случае является тема. С другой стороны, полагается, что тему любого дискурса с большим трудом можно определить: «нет операциональных процедур для выделения темы» [11, с. 71]. Тем не менее, если в качестве темы принимать его *объект/концепт*, то логично провести следующую линию: в экономическом дискурсе *тема/объект/концепт* исследования – экономика, в экологическом – экология, в моральном – мораль.

Социолингвистический подход, согласно В. И. Карасику, охватывает политический, деловой, административный, юридический, военный, массово-информационный, рекламный, религиозный, судебный, научный,

педагогический (включая дидактический, учебный), дипломатический, медицинский, компьютерный (электронный, виртуальный), мистический, спортивный, научный, сценический, дискурс подростков, школьников и др. [4]. При этом подчеркивается неоднородный, исторически изменчивый, интегративный характер институциональных дискурсов. При анализе названных подходов можно выявить присутствие всех признаков в том или ином дискурсе. Так, политический, педагогический, рекламный виды дискурса представляют интерес с трех позиций – прагмалингвистического, тематического, социолингвистического. Однако в единстве подходов для названных видов дискурса базисным представляется социолингвистический подход.

Интерес к институциональному дискурсу в совокупности всех компонентов его актуализации в различных видах дискурсивных практик неисчерпаем. Жизненный контекст корректирует принципы типологизации. ИД актуален на основании двух системообразующих признаков – целей и участников общения. В четвертую группу признаков, на базе которых может быть описан конкретный тип институционального дискурса, согласно В. И. Карасику, помимо участников и целей, включены: хронотоп, ценности (с учетом ключевого концепта), стратегии, материал, разновидности и жанры, прецедентные тексты, дискурсные формулы [Там же].

В дискурсе в целом, в речевой деятельности, в тексте и языке основной фигурант – субъект(ы) коммуникации, делающие возможной собственно коммуникацию. Принципы типологизации дискурса основаны на постановке проблемы общественной формации. Адресатность есть понятие, регулируемое социальной практикой. Задача исследования взаимовлияния принципов типологизации дискурса и категории адресатности решаема. Обратимся к принципу дифференциации основных участников ИД, именуемых агентами (представители института) и клиентами (люди, обращающиеся в институты): учитель/ученик, политик/избиратель, PR-менеджер / любой субъект (обыватель). Участники ИД отличаются по выполняемым ими функциям, согласно статусу [Там же]. Так, отношения между учителем и учеником принципиально отличны от отношений между отправителем и потребителем рекламы. Однако, как мы уже отмечали, в случае подмены понятий (ценностей, например, рассмотрение сферы образования как сферы предоставления услуг) подобный исход неизбежен.

Понятие «степень открытости дискурса» соотносится с принципом дифференциации участников коммуникации. Например, в научном, деловом дискурсах оппозиция *агент(ы)/клиент(ы)* не принципиальна. Клиенты же политического, педагогического, рекламного дискурса существенно отличаются от агентов соответствующего дискурса [Там же]. С этой точки зрения, анализ политического, педагогического, рекламного видов дискурса представляет исследовательский интерес с позиции адресатной специализации. К тому же названные три вида дискурса характеризуются широкими сферами функционирования, позволяющими внешнюю и внутреннюю дифференциацию в подвидах.

Внешняя дифференциация, на наш взгляд, обуславливает появление подвида дискурса в результате пересечения относительно автономных видов дискурса. К примеру, пересечение политического и педагогического видов дискурса создает подвид дискурса «политика образования». Такой подвид имеет повышенную социальную значимость в связи с доминантным присутствием ценностного компонента.

Внутренняя дифференциация выявляет новый подвид в пространстве того или иного дискурса. Например, рекламный дискурс, цель которого – продвижение товара на рынке, в качестве сформированного подвида интегрирует туристический дискурс, внутри которого доля рекламы доминирует. При этом категория адресатности обуславливает реализацию различных функций. В сфере туризма, с точки зрения рекламного дискурса, актуальна функция воздействия (конкретная цель – продажа тура, привлекательного, неповторимого, незабываемого). При этом, как известно, аргументы, влияющие на выбор, разнообразны: качество обслуживания, цена, новизна, исключительность и мн. др. В случае же реализации просветительской (информативной, когнитивной) функции принимается функция «минус воздействие». Так, утверждается: «Кроме сайтов туристических компаний существуют туристические журналы, которые ставят информативную функцию выше убеждающей. У них нет цели привлечь потенциальных клиентов и побуждать их к покупке туров, поскольку подобные журналы не продают туристические товары или услуги» [6, с. 165]. На наш взгляд, подобная стратегия есть не что иное, как имплицитное опосредованное воздействие. Иначе обстояли дела в предыдущие века. В XV веке люди путешествовали с целью поиска новых рынков сбыта. С конца XVI века они стали путешествовать уже с познавательной целью. Во времена Петра Великого прибавилась и оздоровительная цель. Понятие адресатности в диахронии имеет совершенно другое содержание, отличное от современного представления участников дискурса в оппозиции *агент/клиент*. В данном случае, как видим, формированию типологии адресатности способствует признак хронотопа. В целом, матрица типологии складывается в результате функционирования совокупности компонентов дискурса.

Таким образом, изучение принципов типологизации дискурса показывает интегративный и дифференцированный характер видов дискурса в дискурсивном пространстве. Подобная детерминация позволяет рассматривать субъектов (адресатов) коммуникации, с одной стороны (с учетом понятия интегративности), как потенциальных субъектов (адресатов) для любого вида дискурса, с другой стороны (с учетом понятия дифференцированности), как специфически, т.е. типологически обусловленных адресатов в каждом из видов дискурса. Такой подход – от абстрактного к конкретному – предполагает возможность конструирования матрицы типологически дифференцированной адресатности.

Список источников

1. **Алефиренко Н. Ф.** Лингвокультурологическое содержание понятия «дискурс» в современной когнитивной лингвистике // Русское слово в мировой культуре: X Конгресс Международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы (30 июня – 5 июля 2003 г., г. Санкт-Петербург). СПб.: Политехника, 2003. С. 9-18.
2. **Арутюнова Н. Д.** Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Наука, 1990. С. 136-137.

3. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
4. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 65-77.
5. Карасик В. И. Языковые ключи. Волгоград: Парадигма, 2007. 520 с.
6. Колчевская В. А. Комплексная характеристика туристического дискурса // Дискурс в синтагматике и парадигматике: сб. науч. трудов. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2017. С. 163-168.
7. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.
8. Манаенко Г. Н. Когнитивные основания информационно-дискурсивного подхода к анализу языковых выражений и текста // Язык. Текст. Дискурс: межвуз. науч. альманах / под ред. Г. Н. Манаенко. Ставрополь: Изд-во ПГЛУ, 2005. Вып. 3. С. 22-32.
9. Петров В. В., Караулов Ю. Н. Вступительная статья // Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. М.: Наука, 1989. С. 5-11.
10. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. К.: Ваклер, 1999. 210 с.
11. Ревзина О. Г. Дискурс и дискурсивные формации // Критика и семиотика. Новосибирск: НГУ, 2005. Вып. 8. С. 66-78.
12. Слышкин Г. Г. Дискурс и концепт (о лингвокультурном подходе к изучению дискурса) // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000. С. 38-45.
13. Фуко М. Порядок дискурса // Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. М.: Касталь, 1996. С. 47-97.
14. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность: учебное пособие. М.: Либроком, 2009. 248 с.
15. Ширяева Т. А. Когнитивное моделирование институционального делового дискурса: дисс. ... д. филол. н. Краснодар, 2008. 540 с.
16. Яворская В. М. Прескриптивная лингвистика как дискурс: язык, культура, власть. Киев: ВИПОЛ, 2000. 117 с.
17. Wodak R. Disorders in Discourse. L.: Longman, 1996. 200 p.

INTERDEPENDENCE OF THE PRINCIPLES OF DISCOURSE TYPOLOGIZATION AND ACTUALIZATION OF ADDRESSABILITY CATEGORY

Grushevskaya Elena Sergeevna, Ph. D. in Philology
Kuban State University, Krasnodar
kff-kubsu@yandex.ru

The article analyzes the process of formation of discourse typologization principles taking into account the addressability category. The conclusion is made about the dominant character of the category under investigation in the process of discourse typologization. Determination of the addressees of communication, on the one hand, taking into account the notion of integrativity as potential addressees for any kind of discourse, and on the other hand, taking into consideration the notion of differentiation as specific addressees in each of the discourse types, contributes to the construction of a matrix of typologically differentiated addressability.

Key words and phrases: discourse; sociocultural aspect; typologization; features of discourse; addressability; integrativity; differentiation; diachrony.

УДК 81

Представленная статья посвящена компонентному анализу синонимических рядов ключевой леммы, номинирующей концепт GENERATION в английском языке. Фактической базой служат англоязычные словари синонимов, словари-тезаурусы, электронные лексикографические ресурсы. На основании приведенных в словарях синонимических рядов автор попытается построить собственное лексико-семантическое поле вербализации англоязычного концепта GENERATION. Цель настоящего исследования заключается в изучении семантики синонимических единиц, их функционально-стилевой закреплённости и стилистического характера; выявлении семантических признаков, общих для синонимических единиц, объединённых той или иной лексико-семантической группой в составе лексико-семантического поля концепта GENERATION.

Ключевые слова и фразы: концепт; компонентный анализ; синонимический ряд; лексико-семантическое поле; лексико-семантическая группа; ключевая лемма; ключевое слово-репрезентант.

Дементьева Ирина Анатольевна

Московский городской педагогический университет (филиал) в г. Самаре
whi2008@yandex.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ СИНОНИМИЧЕСКИХ РЯДОВ КЛЮЧЕВОЙ ЛЕКСЕМЫ-РЕПРЕЗЕНТАНТА КОНЦЕПТА GENERATION В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Компонентный анализ синонимических рядов ключевой леммы англоязычного концепта GENERATION (поколение), проводимый в рамках лингвокогнитивного исследования, позволяет выявить когнитивные признаки концепта, вербализованные теми или иными языковыми средствами, и рассмотреть лексико-семантическую представленность данного концепта в английском языке. С этой точки зрения исследование