

RU

## Медиатизация образовательного дискурса как изменение его регулятивных правил

Буторина Е. П.

**Аннотация.** Цель исследования состоит в выявлении признаков медиатизации образовательного дискурса, касающихся изменения регулятивных правил его построения в зависимости от предполагаемых адресантом особенностей социолингвистического портрета адресата. Научная новизна работы заключается в том, что изучаются дифференцированный характер популяризации образовательного дискурса, связь этой дифференциации с некоторыми социальными признаками участников коммуникации. Материалом исследования послужили четыре выпуска образовательных программ: три монолога и интервью. Выступления ведущих были сопоставлены по значениям следующих параметров: знание социальных диалектов; сведения об использовании просторечия; представление о соотношении средств литературного языка (книжного функционального стиля) и разговорного стиля; социальное положение и экономический статус; образование; следование моде; знакомство со стандартными коммуникативными ситуациями и правилами речевого поведения в них. В результате сопоставления полученных показателей выявлена социолингвистическая дифференциация образовательного медиадискурса, определены параметры, представляющие наибольший интерес для дальнейшего изучения.

EN

## Mediatisation of Educational Discourse as a Change in Its Regulatory Rules

Butorina E. P.

**Abstract.** The research aims to identify the signs of mediatization of educational discourse concerning changes in the regulatory rules of its construction depending on the characteristics of the addressee's sociolinguistic portrait contemplated by the addresser. Scientific novelty of the work lies in the fact that it studies the differentiated nature of educational discourse popularisation, the connection of this differentiation with some social characteristics of communication participants. Four episodes of educational programmes, three monologues and an interview, served as the research material. The speeches delivered by the hosts were compared according to the values of the following parameters: knowledge of social dialects; information about the use of the vernacular; understanding of the relationship between the means of literary language (bookish functional style) and informal style; social status and economic status; education level; fashion following; familiarity with standard communicative situations and speech behaviour rules in these situations. As a result of comparing the obtained indicators, the sociolinguistic differentiation of educational media discourse has been determined, the parameters of the greatest interest for further study have been identified.

### Введение

Исследователи обращают внимание на новые черты языка современных медиа. Эти новации наблюдаются по ряду причин, наиболее заметные из которых – это изменение технологий коммуникации и стремление привлечь и удержать внимание аудитории. Отмеченное многими исследователями свойство медиакommunikаций выступать в первую очередь как социодискурсивная практика в результате действия этих причин становится всё более значимым, что открывает новые возможности для развития вариативности языка. Т. Ван Хоут и П. Бёргер (Hout, Burger, 2015, p. 12) считают, что «гибридная форма коммуникации», в которой меняется граница между профессиональным и индивидуальным, может рассматриваться как медиатизация. Исследователи отмечают, что каждая группа людей имеет свой язык, поэтому «каждая газета старается придерживаться его, чтобы удержать свой социальный, географический, демографический и политический круг читателей» (Conboy, 2010, p. 7).

Таким образом, в дискурсе современных медиа во всё более значительной степени отражается *habitus* их читателей, определяемый П. Бурдьё (2017) как «ментальные структуры, через которые агенты воспринимают социальный мир» (с. 74).

Актуальность исследования таких ментальных структур связана с необходимостью описания вариантов речевого поведения, возрастающее многообразие которых возникает под воздействием такого масштабного и всестороннего явления, как медиатизация. Специалисты по медиаречи отмечают: «...есть медийный вариант всего литературного языка, который объединяет все стили в пространстве массмедиа, подчиняя их своим законам» (Клушина, 2018, с. 26).

Для понимания этих законов необходимо выявить признаки медиатизации различных дискурсивных практик, касающиеся отдельных правил их построения. Одной из практик, подвергающихся в новых медиа наиболее очевидной трансформации, является образовательный дискурс. Для выявления признаков изменения правил его построения необходимо решить ряд задач: выделить перечень параметров социолингвистического портрета адресата, значимых для оформления обращённого к нему речевого произведения; определить значения каждого параметра; сопоставить описания разных речевых произведений, выявив различия в наборах значений параметров. При решении этих задач используются, соответственно, метод социолингвистического портретирования; количественные методы определения значения признаков (в частности, вычисление медианного значения признака для всего массива и последующего сопоставления с этим значением величины, характеризующей конкретный фрагмент); сопоставительный анализ.

В качестве материала для исследования использованы следующие видеозаписи: Галилео. Маятник Фуко // YouTube. 24.02.2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TfmycYe5Rxo>; Арзамас. Древняя Греция за 18 минут // YouTube. 07.04.2016. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LJdhEpJ03Ug>; А поговорить? Интервью с Ильёй Колмановским // YouTube. 10.02.2020. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_5dBIfK3CBc](https://www.youtube.com/watch?v=_5dBIfK3CBc); Топлес. Почему искусство стоит так дорого? // YouTube. 14.06.2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-XXbAtH1MSQ>. Транскрипты всех видеозаписей выполнены магистранткой Института лингвистики Российского государственного гуманитарного университета Л. И. Шириновой.

Решение поставленных задач исследования новаций образовательного дискурса в современных медиа стало возможным благодаря теоретической базе, представленной трудами, которые посвящены категориям структурирования социального пространства (Бурдьё, 2005; 2017); регулятивным правилам образовательного дискурса (Бернштейн, 2013; Браффи, 2013); условиям и признакам изменения таких правил (Герген, Уортам, 2013); процессам и механизмам медиатизации (Клушина, 2018; Hout, Burger, 2015).

Практическая значимость работы заключается в том, что материалы исследования могут быть использованы в образовательных программах гуманитарного направления при изучении медиаречи; социолингвистики; общей теории текста и дискурса. Полученные данные могут найти применение для разработки учебных пособий по этим дисциплинам.

## Основная часть

Условия протекания коммуникации в новых медиа отличаются от традиционных сразу по нескольким техническим параметрам сообщения: форма представления информации (цифровая, аналоговая, печатная); делимая/неделимая структура; способность к трансформациям текста; способ генерации и передачи (автоматический/ручной); способность к смене формата (Manovich, 2001, p. 244). Коммуникация в новых медиа, по мнению О. Стинса и Д. Ван Фухта (2008), имеет следующие значимые отличия от её более традиционных форм: работа с активными «пользователями», а не с пассивной «публикой»; оперативность во взаимодействии с аудиторией; диалог с пользователями; ориентация на краткие сообщения; высокий удельный вес графического изображения/инфографики; предоставление пользователю возможности генерации контента.

Можно предположить, что разные виды профессионального дискурса в новых медиа претерпевают разные изменения. И если новостями интересуются практически все, то образовательный дискурс в этом смысле до сих пор играл несколько иную роль для потребителей контента. Б. Бернштейн (2013) обратил внимание на то, что образовательный дискурс изначально можно разделить на «педагогическую практику как культурный механизм передачи и педагогическую практику с точки зрения того, что она передает» (с. 85). С точки зрения исследования феномена медиатизации образовательного дискурса нас в первую очередь будет интересовать социальная форма передачи знаний.

Б. Бернштейн (2013) отмечает, что в образовательном дискурсе принимают участие передающий и приобретающий знания субъекты, каждый из которых должен освоить соответствующую социальную и коммуникативную роль: «Процесс научения тому, как быть передающим, включает в себя усвоение правил социального устройства, характера и образа действий, которые стали условием надлежащего поведения в педагогическом отношении» (с. 87). Такие правила Б. Бернштейн (2013, с. 88) называет иерархическими (регулятивными) правилами, в отличие от образовательных (дискурсивных) правил. В иерархических правилах отражается эксплицитная или имплицитная иерархия языкового сообщества.

Образовательный дискурс для целей нашего исследования мы будем понимать достаточно широко: это любые речевые произведения в новых медиа, явной целью которых является расширение знаний целевой аудитории в той или иной предметной области. Вопросы о менее явных целях мы в этой работе не затрагиваем: он, безусловно, представляет особый интерес. В медиа образовательный дискурс, как и другие виды дискурсов,

подвергается трансформациям, многие из которых объясняются изменением условий коммуникации. Но можно наблюдать и другие изменения, отражающие дифференциацию регулятивных правил, которая представлена во многом имплицитно, поэтому нуждается в специальном исследовании.

Рассмотрим четыре фрагмента выпусков образовательных программ: «Галилео. Маятник Фуко», «А поговорить? Интервью с Ильёй Колмановским», «Arzamas. Древняя Греция за 18 минут», «Топлес. Почему искусство стоит так дорого?». Речевые произведения представлены в этих записях тремя монологическими выступлениями и одним интервью. Содержательный аспект этих программ мы рассматривать не будем, нас в первую очередь интересуют регулятивные правила, по которым строится и оформляется каждое выступление. Они пока не вполне привычны для образовательного дискурса, то есть можно говорить о самом раннем – прагматическом уровне их легитимации.

Поскольку популярные программы должны привлекать и удерживать внимание аудитории, то во всех случаях их ведущими используется (имитируется) непринуждённая разговорная речь (например, вопросно-ответные единства, эллипсис, инверсия, обращения, восклицания, употребление междометий, частиц и др.), активно употребляются средства выразительности: различные тропы и риторические фигуры. Например: *В эфире самая показательная среди вращательных и самая вращательная среди показательных рубрик программы «Галилео», которая называется «Эксперименты», и, друзья, сегодня два вопроса я буду изучать, которые до сих пор меня мучают* (Галилео. Маятник Фуко); *Друзья, я хочу сказать спасибо ребятам из Артификс, благодаря которым мы наедине с вами прогулялись по святой святых галереи искусства в нашей стране. Было красиво* (Топлес. Почему искусство стоит так дорого?); *...да что там, такой страны в Древней Греции со столицей в Афинах никогда не было* (Arzamas. Древняя Греция за 18 минут); *Мне показалась очень выразительной новость такая, и ученые от неё были в восторге, когда они смогли впервые визуализировать, что происходит в мозге во время сна* (А поговорить? Интервью с Ильёй Колмановским). Как можно видеть, средства популяризации образовательного дискурса имеют черты сходства, но с точки зрения значения признаков социолингвистического портрета целевой аудитории между этими выступлениями можно выявить различия.

Рассмотрим эти признаки. По анализируемым речевым произведениям можно судить с большей вероятностью лишь о некоторых характеристиках речевой перцептивной компетенции, ожидаемой от целевой аудитории. Это прежде всего владение литературным языком; знание социальных и территориальных диалектов; сведения об использовании просторечия; представление о соотношении в речевом произведении средств литературного языка (одного из его функциональных стилей) и средств разговорной речи. Труднее утверждать с некоторой долей уверенности, но можно делать предположения о социокультурной характеристике адресата: о национальном самосознании, социальном происхождении, социальном положении и экономическом статусе; образовании и специальности; принадлежности к социальной группе; следовании моде. Что касается социо- и психолингвистической характеристики, то больше всего оснований судить о знакомстве целевой аудитории со стандартными коммуникативными ситуациями и правилами речевого поведения в них.

Выступления ведущих перечисленных ранее фрагментов были проанализированы по следующим параметрам:

1. Знание социальных диалектов.
2. Сведения об использовании просторечия.
3. Представление о соотношении средств литературного языка (книжного функционального стиля) и разговорного стиля.
4. Социальное положение и экономический статус.
5. Образование.
6. Следование моде.
7. Знакомство со стандартными коммуникативными ситуациями и правилами речевого поведения в них.

Как можно видеть, в список исследуемых параметров вошли не все упомянутые ранее возможные черты социолингвистического портрета. Причиной этого послужило несколько факторов. Например, знание литературного языка целевой аудиторией подразумевается по умолчанию, поскольку её представитель как минимум понимает литературный язык ведущего, если может заинтересоваться образовательной программой. А такой показатель, как представление о соотношении средств литературного языка (книжного функционального стиля) и разговорного стиля, можно исследовать в речи ведущего, поскольку для привлечения и удержания внимания целевой аудитории ведущий должен говорить с её представителями «на одном языке». Данные для определения некоторых характеристик в анализируемых фрагментах не представлены: например, о знании территориальных диалектов. Об особенностях национального самосознания и социального происхождения представителей целевой аудитории судить по анализируемому материалу не представляется возможным, во всяком случае, для дифференциации по этим признакам нет достаточных оснований, поэтому считается, что адресация представленных в выступлениях фрагментов образовательного дискурса по этому показателю не различается. Точных данных, позволяющих проводить дифференциацию по возрасту, также нет. Обращение к представителям той или иной социальной группы явно не выражено, поэтому можно считать, что эта группа выделяется на основе вошедших в таблицу значений признаков, поэтому необязательно представлена компактно в физическом пространстве, принадлежа скорее к пространству социальному (Бурдые, 2017).

Результаты анализа языковых, речевых средств, а также особенностей дискурса обозначаются следующим образом: если соответствующие маркеры в речи выступающего присутствуют, в таблице ставится знак «+», если отсутствуют – «0». В случае превышения медианного показателя для четырёх анализируемых фрагментов используется знак «+++».

Пункт 3 описывается особым образом. Если доля средств функциональных книжных стилей, традиционно используемых в образовательном дискурсе, в анализируемом фрагменте составляет не менее 75%, ставится знак «+». В случае, когда процент средств разговорного стиля (в сумме с другими средствами за пределами книжных стилей, например просторечия, социолектов) выше, ставится «0». При всех подсчётах учитываются не только лексические и синтаксические единицы, но и маркеры, присутствующие в интонировании, невербальном поведении.

1. Знание об использовании социальных диалектов. Например: *...денег она не жалела, а значит, скорее всего, она купила её за бешеный кэш* (Топлес. Почему искусство стоит так дорого?).

2. Сведения об использовании просторечия. Например: *Либо нешкодралом обойти её всю вокруг, только таким образом можно доказать себе, что Земля круглая* (Галилео. Маятник Фуко); *Чё хочешь делай!* (Топлес. Почему искусство стоит так дорого?); *Мы видели, как они себя ведут: они точно так же жрут* (А поговорить? Интервью с Ильёй Колмановским).

3. Представление о соотношении средств литературного языка (книжного функционального стиля) и разговорного стиля. Например: *Это просто сумасшедшие денюжки, но есть шедевры, которые никогда не продавались* (Топлес. Почему искусство стоит так дорого?); *Завораживает? А то!* (Галилео. Маятник Фуко).

4. Социальное положение и экономический статус. Здесь оцениваются количество случаев упоминания или описания образа жизни или финансовые навыки. Например: *Давайте-ка попробуйте вы? Посмотрите на эту картину, как она вам? Сколько за неё отдадите?* (Топлес. Почему искусство стоит так дорого?); *Но, может быть, у нас есть какие-нибудь знакомые, которые когда-то случайно употребляли эти вещества, может быть, можете представить, вдруг у нас есть такие знакомые* (А поговорить? Интервью с Ильёй Колмановским).

5. Образование. В этом случае оценивается количество терминов и отсылок к специальным знаниям. Например: *Парфенон служил центробанком* (Arzamas. Древняя Греция за 18 минут); *...а Троянскую войну и Александра Македонского разделяет почти столько же времени, сколько нас с князем Владимиром* (Arzamas. Древняя Греция за 18 минут).

6. Следование моде. Например: *Класс, да?* (Топлес. Почему искусство стоит так дорого?); *Йоп, Ян. Крышесносный факт: если рассматривать каждый экспонат Эрмитажа хотя бы 10 минут, то здесь придется провести 57 лет...* (Топлес. Почему искусство стоит так дорого?).

7. Представление о стандартных языковых ситуациях и правилах речевого поведения в них. Это самый интересный показатель для дальнейшего анализа, поскольку он даёт представление о более глубоком уровне трансформации образовательного дискурса: здесь фиксируются случаи построения образовательного дискурса на уровне фреймов и стратегий, которые не было принято использовать при традиционной передаче знаний. Например: *Но Фуко был не дурак и свой опыт проводил где?* (Галилео. Маятник Фуко); *Екатерина любила слушать образованных людей и спать с ними* (Топлес. Почему искусство стоит так дорого?); *...ребята из Арטיפикс рассказывают на своем канале о самых разных направлениях искусства, живописи, музыке, татуировке, граффити и много чего ещё* (Топлес. Почему искусство стоит так дорого?); *Похоже, крестьяне живут относительно спокойно, разглядывают цветочки, голубых обезьян и красивых женщин, которые ходят с открытой грудью; а мужчины носят набедренные повязки или юбки* (Arzamas. Древняя Греция за 18 минут).

Результаты обработки материала представлены в Таблице 1.

**Таблица 1.** Социолингвистический портрет адресата образовательного дискурса

№	Галилео. Маятник Фуко	А поговорить? Интервью с Ильёй Колмановским	Arzamas. Древняя Греция за 18 минут	Топлес. Почему искусство стоит так дорого?
1	+	+	+	++
2	+	+	0	+
3	0	0	0	+
4	0	+	0	+
5	+	++	+	+
6	+	0	+	++
7	+	0	+	+

Таким образом, из данных, приведённых в Таблице 1, можно увидеть, что по значению каждого из выбранных параметров отличается от других социолингвистический портрет адресата образовательного дискурса, представленный хотя бы в одном из проанализированных фрагментов записей. Это говорит о выраженной вариативности речевого поведения по рассмотренному набору параметров в такой до некоторых пор традиционно регламентированной и достаточно однородной дискурсивной практике, как образовательная. Выявленные параметры вариативности современного образовательного медиадискурса определяются предполагаемыми адресантами сообщений социолингвистическими особенностями адресатов.

## Заключение

Можно говорить о дифференциации используемых образовательным медиадискурсом средств по некоторому набору признаков, которые принимают разные количественные и качественные значения в зависимости

от предполагаемого адресантом социолингвистического портрета адресата. К таким признакам прежде всего можно отнести знание социальных диалектов; сведения об использовании просторечия; представление о соотношении средств литературного языка (книжного функционального стиля) и разговорного стиля; предполагаемое социальное положение и экономический статус представителей целевой аудитории, их образование; склонность следовать моде в речевом поведении; знакомство со стандартными коммуникативными ситуациями и правилами речевого поведения в них.

Значение каждого параметра определялось по наличию или отсутствию маркеров соответствующего признака в каждом анализируемом фрагменте: рассматривались как вербальные, так и невербальные средства коммуникации. Наличие хотя бы одного маркера оценивалось как положительное значение параметра (+), отсутствие маркеров отмечалось знаком «0». Для того чтобы выявить случаи более выраженного присутствия маркеров каждого параметра в анализируемом фрагменте, количественные показатели сравнивались с медианным значением для всех исследуемых записей.

Полученные результаты позволяют утверждать, что современный образовательный медиадискурс не просто использует приёмы коллоквиализации и средства выразительности для того, чтобы сделать повествование более интересным и доступным для широкой аудитории. Количество маркеров по некоторым параметрам социолингвистического портрета значительно превышает медианный показатель, что говорит о выраженной дифференциации целевой аудитории. Эти различия находят отражение в языковых, речевых и невербальных средствах ведущих разных фрагментов.

Наибольший интерес для дальнейшего более подробного исследования вызывает последний показатель (знакомство со стандартными коммуникативными ситуациями и правилами речевого поведения в них), поскольку именно он способен дать наиболее достоверное представление о тенденциях изменения регулятивных правил образовательного дискурса. Исследование таких тенденций позволило бы выдвинуть гипотезы, касающиеся возможного изменения не только дискурсивных, но и социальных практик.

#### Источники | References

1. Бернштейн Б. Социальный класс и педагогическая практика // Теоретические вопросы образования: хрестоматия / сост. и под ред. М. А. Гусаковского, А. А. Полонникова, А. М. Корбута. Мн., 2013.
2. Браффи К. А. Образование как разговор // Теоретические вопросы образования: хрестоматия / сост. и под ред. М. А. Гусаковского, А. А. Полонникова, А. М. Корбута. Мн., 2013.
3. Бурдые П. О производстве и воспроизводстве легитимного языка // Отечественные записки. 2005. № 2.
4. Бурдые П. Социология социального пространства. СПб.: Алетейя, 2017.
5. Герген К. Дж., Уортам С. Социальное конструирование и педагогическая практика // Теоретические вопросы образования: хрестоматия / сост. и под ред. М. А. Гусаковского, А. А. Полонникова, А. М. Корбута. Мн., 2013.
6. Клушина Н. И. Национальный стиль и медийный вариант языка // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2018. № 4 (193).
7. Стинс О., Ван Фухт Д. Новые медиа // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8 «Литературоведение. Журналистика». 2008. Вып. 7.
8. Conboy M. The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives. L.: Continuum, 2010. URL: <http://ru.scribd.com/doc/85458084/Language-of-Newspapers>
9. Hout T. V., Burger P. Mediatization and the Language of Journalism // Tilburg Papers in Culture Studies. 2015. Paper 131. URL: <http://www.academia.edu/11859992>
10. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge - L.: MIT Press, 2001.

#### Информация об авторах | Author information



Буторина Елена Петровна<sup>1</sup>, д. филол. н., доц.

<sup>1</sup> Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва



Butorina Elena Petrovna<sup>1</sup>, Dr

<sup>1</sup> Russian State University for the Humanities, Moscow

<sup>1</sup> [butorinaelena@gmail.com](mailto:butorinaelena@gmail.com)

#### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 18.10.2022; опубликовано (published): 30.11.2022.

**Ключевые слова (keywords):** медиатизация; образовательный дискурс; регулятивные правила; социолингвистика; русский язык; mediatization; educational discourse; regulatory rules; sociolinguistics; Russian language.