

RU

Дискурсивные маркеры категории адресованности в англоязычных новостных медиатекстах

Сыресина И. О., Корзова Е. Н., Гольдман А. В.

Аннотация. Цель исследования – определить дискурсивные маркеры категории адресованности современных англоязычных новостных медиатекстов в рамках дискурсивно-диктемной модели коммуникации. Научная новизна исследования состоит в том, что впервые были выделены дискурсивные маркеры категории адресованности на основе предлагаемой дискурсивно-диктемной модели медиакommunikации, которая состоит из трех равнозависимых, повторяющихся последовательностей компонентов: языковая личность – дискурс – диктема (текст) – языковая личность – ... Использование данной модели при анализе практического материала позволило расширить границы лингвистических методов исследования и учитывать как текстовые (диктемные) и дискурсивные характеристики новостных медиатекстов, так и специфику речеобразования (речепорождения). В результате было установлено, что категория адресованности, неразрывно связанная с языковой личностью как адресата, так и адресанта сообщения, представлена в коммуникативной стратегии сближения/отдаления (идентификации) и выражается в медиатекстах (диктемах) эксплицитными, имплицитными и эксплицитно-имплицитными дискурсивными маркерами. К эксплицитным маркерам относятся разговорные элементы общения, имплицитные дискурсивные маркеры представлены определенными грамматическими конструкциями, а иконические компоненты и графические языковые средства являются эксплицитно-имплицитными дискурсивными маркерами.

EN

Discursive markers of the category of addressing in English-language news media texts

Syresina I. O., Korzova E. N., Goldman A. V.

Abstract. The aim of the research is to determine the discursive markers of the category of addressing of modern English-language news media texts within the framework of the discursive-dictemic model of communication. The research is novel in that it is the first to identify the discursive markers of the category of addressing on the basis of the proposed discursive-dictemic model of media communication, which consists of three equally dependent, repetitive sequences of components: linguistic personality – discourse – dicteme (text) – linguistic personality – ... The use of this model in the analysis of practical material made it possible to expand the boundaries of linguistic research methods and take into account both textual (dictemic) and discursive characteristics of news media texts, as well as the specifics of speech formation (speech generation). As a result, it has been found that the category of addressing, inextricably linked with the linguistic personality of both the addressee and the addresser of the message, is represented in the communicative strategy of bringing closer / distancing (identification) and is expressed in media texts (dictemes) by explicit, implicit and explicit-implicit discursive markers. Explicit markers include conversational elements of communication, implicit discursive markers are represented by certain grammatical constructions, while iconic components and graphic language means serve as explicit-implicit discursive markers.

Введение

Развитие современного общества обусловлено не только постоянным техническим прогрессом, но и более детальным вниманием к личности отдельного (конкретного) человека, что в будущем, несомненно, приведет к созданию цифрового кода каждого человека, а в более далеком будущем – к созданию языкового кода как отдельного человека, так и целого народа. В лингвистике это подтверждается все более часто применяемым антропоцентрическим подходом к изучению продуктов (текстов) языковой личности (человека),

например, в литературоведении несомненный интерес представляет изучение идиостиля писателя, в журналистике всё чаще рассматриваются различные дискурсивные практики создания медиатекстов. В центре внимания дискурсологии и прагмалингвистики, с точки зрения грамматической теории текста, находятся дискурсивные маркеры, которые отражают как дискурсивные (дискурсные), так и диктемные (текстовые) категории коммуникации, изучение которых будет способствовать решению многих проблем, связанных с функционированием языка и речи, мышления и деятельности человека, что и обуславливает актуальность данного исследования.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Определить и описать дискурсивно-диктемную модель медиакommunikации.
2. Выявить дискурсивные маркеры, которые в составе диктема отражают категорию адресованности современных новостных англоязычных медиатекстов.

Исследование выполнено на материале 200 новостных статей, опубликованных на веб-сайте новостного портала BBC News (URL: <https://www.bbc.com/news>) с октября 2022 года по февраль 2023 года.

В работе использован метод научного описания, дискурсивно-диктемного анализа, а также метод лингвостилистического анализа.

Теоретической базой исследования послужили работы М. Я. Блоха (2019; 2020), описывающие специфику элементарной, топикальной, текстовой единицы – диктемы, Ю. Н. Караулова (2010), Н. Д. Голева, Г. В. Напреенко (2016), Е. В. Иванцовой (2010), раскрывающие понятие языковой личности, Е. С. Кубряковой (2000), М. Л. Макарова (2003), В. З. Демьянкова (2005), В. И. Карасика (2022), описывающие различные типы дискурса, а также М. Н. Кожинной, Л. Р. Дускаевой (1987; Дускаева, 2020), формулирующие положения о диалоговом характере текстов.

Практическая значимость данного исследования состоит в возможности применения полученных результатов в вузах гуманитарного направления при преподавании спецкурсов по стилистическому редактированию медиатекстов, по теории и прагматике медиадискурса, а также в лекциях и на семинарах по дискурсологии. Полученные результаты могут быть использованы в процессе учебно-методической деятельности при написании учебных пособий по проблемам создания и редактирования различных типов медиатекстов.

Обсуждение и результаты

Современная медиакommunikация дает множество возможностей быть активным участником общения, новостные медиатексты построены таким образом, что, прочитав, можно оставить комментарий, а также обсудить темы публикаций с другими участниками общения в тех же комментариях, поэтому адресат сообщения представляется важным участником медиаразговора, а значит, дискурсивная категория адресованности имеет несомненный интерес для исследования. Для выявления дискурсивных маркеров категории адресованности обратимся к понятиям «языковая личность», «дискурс», «диктема».

Понятие языковой личности раскрывается в лингвистике и в смежных с ней науках не однозначно, т. к. учитываются различные ее характеристики. Так, в последнее время в лингвистике описываются языковые личности или дискурсные (дискурсивные) языковые личности мыслителя (философа), переводчика, музыканта и т. д. В центре внимания лингводидактики стоит иноязычная языковая личность или вторичная языковая личность. В лингвистике популярна трехуровневая функциональная модель структуры языковой личности, предложенная Ю. Н. Карауловым (2010), состоящая из вербально-семантического уровня (нулевой), лингвокогнитивного (или тезаурусного) уровня (первый) и прагматического (или мотивационного) уровня (второй). Нулевой уровень человек использует для обозначения и понимания языковых знаков. Первый уровень позволяет на основе текстов реконструировать языковую модель мира. На втором уровне выявляются жизненные или ситуативные доминанты, установки, мотивы, находящие отражение в процессах порождения текстов и их содержании, а также в особенностях восприятия чужих текстов, причем подчеркивается, что трактовка языковой личности невозможна независимо от национальной специфики ее языка (Караулов, 2010).

Интересен тот факт, что любой человек владеет нулевым уровнем организации языковой личности, т. к. он связан с повседневным общением, а проявить индивидуальные или интеллектуальные характеристики возможно на первом или втором уровнях. Первый и второй уровни очень гибкие и изменчивые, то есть в процессе саморазвития или под действием извне они могут сильно меняться. Это объясняет тот факт, что современные медиатексты способны оказывать воздействие на мировоззрение человека, то есть менять или изменять первый и второй уровни языковой личности. Это заключение относится не только к медиатекстам, а к текстам вообще, т. к. если это художественный текст, то он обогащает, эстетически воздействует на человека, оказывая влияние на уровни его языковой личности и т. д.

Ю. Н. Караулов также указывал, что «языковая личность есть личность, выраженная в языке (текстах) и через язык, есть личность, реконструированная в основных своих чертах на базе языковых средств» (2010, с. 38). Итак, чтобы перейти от языковой личности к тексту (диктеме), обратимся к понятию «дискурс».

Как справедливо отмечает В. И. Карасик, «дискурс, понимаемый как текст в коммуникативной ситуации, представляет собой многомерное явление» (2022, с. 33). Действительно, существует много подходов к изучению дискурса, такие как структурно-грамматический, направленный на выявление дискурсивных маркеров и композиционно-структурной организации текста, культурно-тематический, опирающийся на национально-культурную составляющую дискурса, социально или статусно обусловленный, при котором изучаются социальные роли участников коммуникации, и прагматический подход, связанный с регистром (тональностью)

общения. В. И. Карасик (2022, с. 34) выделяет следующие типы дискурса: 1) профессиональный институциональный дискурс, 2) популярный (просветительский) дискурс, 3) теоретический дискурс специалистов. И справедливо замечает, что медийный дискурс, который в большей степени представлен новостными текстами, близок популярному (просветительскому) дискурсу, но отличается тематической составляющей. И действительно, современный медийный текст, большая часть которого репрезентирована новостными медийными текстами, – это поликодовый или креолизованный текст, в котором большую роль играют не только вербальные, но и невербальные компоненты коммуникации. А если вербальные компоненты можно измерить диктемными (текстовыми) категориями, то невербальные компоненты, как семиотические знаки, можно изучать в рамках дискурса, то есть можно выделить *дискурсивные категории*, которые наряду с диктемными (текстовыми) описывают коммуникативную ситуацию. Понятия «дискурс» и «текст» неразрывно связаны через свои категории; например, М. Я. Блох определяет дискурс как «текст в момент создания» (2019, с. 8), а В. И. Карасик утверждает, что «дискурсивное осмысление функциональных знаковых характеристик содержания общения позволяет раскрыть его семантические, прагматические и синтаксические особенности» (2020, с. 92).

Теперь обратимся к понятию «текст» и определим его как «тематически выделенную речь» (Блох, 2019, с. 8). Изучение текста на данном этапе развития лингвистики тесно сопряжено с понятием диктемы, введенным М. Я. Блохом (2019) и трактуемым им как элементарная топикальная (тематическая) единица текста, формируемая предложениями, посредством которых выявляются четыре функционально-знаковых аспекта речи (текста): номинация, предикация, тематизация и стилизация, которые определим как *диктемные категории* текста.

Итак, понятия «языковая личность», «дискурс» и «текст» тесно взаимосвязаны, поэтому могут рассматриваться в составе дискурсивно-диктемной модели коммуникации, которая состоит из трех взаимопроникающих повторяющихся в бесконечном ряду понятий: языковая личность – дискурс – диктема (текст) – языковая личность – дискурс – диктема (текст) – ... В новостном дискурсе можно выделить дискурсивные категории, проявляющиеся в тексте (диктеме) через дискурсивные маркеры, которые определяют как номинативно-тематическую природу диктемы, а также как структурно-грамматическую составляющую через диктемные категории.

Теперь обратимся к понятиям «медiateкст», «адресованность» и «диалогичность».

Л. Р. Дускаева справедливо отмечает, что «создание цифровой среды медиа открыло возможности для организации новых типов институциональной и межперсональной коммуникации, для перехода одних типов в другие» (2020, с. 9). В современном цифровом мире медiateкст представляет собой «особый тип коммуникации, который несет в себе интерпретационную нагрузку и требует декодирования переданных визуально-текстовых сообщений» (Сыресеина, Бондаренко, Корзова, 2022, с. 2606). Человек интерпретирует или понимает текстовые сообщения, опираясь на определенные культурные и/или национальные традиции и обычаи того общества, в котором он живет как общность себе подобных, то есть идентифицируя себя с другими людьми той же культурной среды. Теория идентификации была разработана Кеннетом Берком, в ее основе лежит способность людей понимать цели и мотивы других людей и отождествлять себя с другими, то есть идентификация – это направленность на адресата, которая включает в себя адресованность (адресацию) и/или диалогичность (диалогизацию). В широком значении понятия «адресованность» и «диалогичность» можно не разделять, но для полного понимания законов построения медиакommunikации предлагаем развести эти понятия и признать диалогичность более узким понятием адресованности. Так, М. А. Кормилицына отмечает, что «адресация речи – это учет говорящим уровня культуры, знаний, интересов, социального статуса и других качеств адресата (собеседника), умение вовлечь его в процесс общения, достичь определенного (а в подготовленной речи заранее запланированного) уровня воздействия на Адресата» (2014, с. 23).

Итак, рассмотрим диалогичность как диктемную категорию, которая представляет дискурсивную категорию адресованности, и выделим эксплицитные маркеры диалогичности (разговорности), к которым отнесем разговорные элементы общения, такие как цитирование, риторические вопросы, повелительные и вопросительные коммуникативные типы предложений, прямые обращения. Приведем пример использования цитирования:

“Principal of Brooke House College, Ian Smith, said they were ‘deeply saddened and shaken’ by the death.

«We unite in grief with all of Dom’s family, friends, former teammates and those involved in all parts of his life, as well as everyone affected in any way by this loss in Thailand and throughout the college’s global family,» he said” (Head J., Ng K. Thai cave rescue: Duangphet Phromthep, Wild Boars captain, dies in UK // BBC News. 15.02.2023. URL: <https://www.bbc.com/news/world-asia-64646039>). / «Директор колледжа Брук-Хаус, Ян Смит, сказал, что они были “глубоко опечалены и потрясены” его смертью.

“Мы скорбим со всей семьей, друзьями, бывшими товарищами по команде и теми, кто так или иначе был с ним знаком, а также со всеми теми, кого тронула эта потеря и в Таиланде, и со всеми, кто учился с ним в колледже”, – сказал он» (здесь и далее – перевод авторов статьи. – И. С., Е. К., А. Г.).

Цитирование является неотъемлемой составляющей современных медiateкстов, помогая воссоздать «реальный» диалог, который переносит читателей в описываемую ситуацию действительности и делает их участниками этого общения. Нельзя не почувствовать всю боль утраты, когда директор колледжа рассказывает о смерти мальчика, который был одним из тринадцати, спасенных из пещеры в Таиланде в 2018 году и за спасением которых наблюдал весь мир, ему удалось выжить в тяжелых природных условиях, но он погиб от скрытой травмы головы.

Приведем пример использования риторического вопроса:

“In a statement, the government claimed the UK is «leading the world on tackling climate change with policies having supported 68,000 green jobs since 2020.»

Appetite for change?

Last week saw the creation of the Department for Energy Security and Net Zero” (David D. Climate targets ‘may mean higher taxes’ // BBC News. 13.02.2023. URL: <https://www.bbc.com/news/business-64597981>). / «В своем обращении правительство заявило, что Великобритания “лидирует в мире по борьбе с изменением климата, проводя политику, поддерживающую создание 68 000 ‘зеленых’ рабочих мест, начиная с 2020 года”.

Жажда перемен?

На прошлой неделе был создан Департамент по энергетической безопасности и сокращению выбросов углекислого газа».

Риторические вопросы являются, с одной стороны, прекрасным инструментом воздействия на читателя, заставляя его поразмышлять над информацией, а действительно ли правительство обеспокоено проблемой загрязнения окружающей среды, или это лишь обещания, а с другой стороны, риторические вопросы поддерживают структуру диалога, состоящую, как известно, из вопросительно-ответных реплик.

Приведем пример использования повелительных и вопросительных коммуникативных типов предложений:

(1) “Look carefully and you will notice there is something slightly different about Kris Bilski’s house in Hull.

It has no radiators (Shaw D. Farewell radiators? Testing out electric infrared wallpaper // BBC News. 05.02.2023. URL: <https://www.bbc.com/news/business-64402524>). / «Посмотрите внимательно, и вы заметите, что в доме Криса Билски в Халле есть кое-что необычное.

В нем нет радиаторов».

(2) “So is this potentially a greener and cheaper way to heat our homes?

Dr Tina Fawcett of the University of Oxford’s Environmental Change Institute is not so sure” (Shaw D. Farewell radiators? Testing out electric infrared wallpaper // BBC News. 05.02.2023. URL: <https://www.bbc.com/news/business-64402524>). / «Так является ли это потенциально более экологичным и дешевым способом обогрева наших домов?

Доктор Тина Фосетт из Института изменения окружающей среды Оксфордского университета в этом не уверена».

Повелительное предложение в начале диалога с читателем вносит интригу и направляет коммуникацию на обсуждение предложенной темы, об эффективности использования электрических инфракрасных обогревателей для обогрева помещений, ответ же специалиста в этой области на поставленный автором вопрос, который он и задает от лица читателя и простого обывателя, не однозначен. Здесь мы наблюдаем разговор, построенный по принципам вопросно-ответных диалогических единств.

Приведем пример использования прямого обращения:

“Footballer Christian Atsu has been found dead under the rubble of his home almost two weeks after the Turkey earthquake, his agent has confirmed.

«We will not forget you, Atsu. Peace be upon you, beautiful person.»” (Christian Atsu found dead after Turkey earthquake // BBC News. 18.02.2023. URL: <https://www.bbc.com/sport/football/64687384>). / «Футболист Кристиан Атсу был найден мертвым под обломками своего дома спустя почти две недели после землетрясения в Турции, это подтвердил его агент.

“Мы не забудем тебя, Атсу. Покойся с миром, прекрасный человек”».

Прямые обращения не так часто встречаются в медиатекстах, как вышеперечисленные дискурсивные маркеры, но их использование только подтверждает факт наличия прямого диалога, контакта с читателями, неразрывную связь.

Важность визуальных компонентов медиакommunikации признается всеми исследователями, и даже говорится о существовании направления визуальной стилистики, предметом изучения которой является иконический компонент медиатекста, например, Е. А. Уварова подчеркивает, что «высокий стилистический потенциал иконического компонента в рекламном медиатексте и дает основания для развития визуальной стилистики, которая может рассматриваться как новая ветвь стилистики в целом» (2020, с. 380). М. А. Кормилицына указывает на тенденцию поликодовости медиатекстов: «Еще одна очень активная в последнее время тенденция изменений современных журналистских текстов – поликодовость, совмещение в журналистском тексте разных знаковых систем» (2018, с. 112).

Действительно, современный медиатекст уже невозможно представить без его визуальных составляющих, таких как фотографии, инфографии (таблицы, диаграммы, графики, рисунки и т. д.), которые являются эксплицитно-имплицитными дискурсивными маркерами адресованности и призваны привлечь внимание адресата, выполняя прагматические функции контактоустановления и экспрессивного воздействия, сюда же можно отнести различные графические средства, такие как капитализация, парентезис, дефиксация, цветовыделение, подчеркивание. Приведем пример, в котором используются шрифтовывделение и подчеркивание:

“The impact of global warming on glacial lake floods is yet to be defined, but it has increased **both the volume and number of glacial lakes worldwide**.

The study **published in the journal Nature Communications** assessed the conditions of lakes and the number of people living downstream from them, which has also increased significantly” (Hughes P. Millions face threat of flooding from glacial lakes // BBC News. 07.02.2023. URL: <https://www.bbc.com/news/science-environment-64547096>). / «Влияние глобального потепления на разлив ледниковых озер еще предстоит определить, но оно привело к увеличению **как объема, так и количества разливов ледниковых озер по всему миру**.

В исследовании, **опубликованном в журнале Nature Communications (Коммуникации с природой)**, оценивалось состояние озер и количество людей, живущих ниже по течению от них, которое также значительно увеличилось».

Графическое выделение и подчеркивание смысловых групп не только устанавливает близкий зрительный контакт с адресатом сообщения, но и выполняет тематизирующую функцию диктем, являясь средством когезии в целом тексте. В данном примере ссылка на известный научный журнал является еще и дискурсивным маркером достоверности предлагаемой информации.

Итак, категория адресованности тесно связана с идентификацией, то есть адресант старается сблизиться с адресатом и направить ход его размышлений. Рассмотрим дискурсивные маркеры, которые позволяют проследить процесс идентификации (сближения/отдаления), и определим их как имплицитные маркеры категории адресованности.

Проанализируем два примера, в первом повествуется о проблеме загрязнения окружающей среды, во втором – о природном бедствии, вызванном ураганом. Рассмотрим первый пример:

“Environmentalists have welcomed the announcement, calling it «world-leading».

Haf Elgar, from Friends of the Earth Cymru, said: «We were seeing this review as a test of the Welsh government.»

«Were they going to be brave enough to walk the walk, not just to say ‘we’ve got a climate emergency’ but to actually take those difficult decisions and to make real changes to our future in Wales?»

«Today I think we’re seeing that.»

«I think this is a fresh start that we’re seeing that real changes will be made in order to move us to a greener and healthier future.»” (Glyn Jones T. All major road building projects in Wales are scrapped // BBC News. 14.02.2023. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-wales-64640215>). / «Защитники окружающей среды приветствовали заявление, назвав его “ведущим в мире”.

Хаф Элгар, представитель организации “Друзья Земли Уэльса”, сказал: “Мы рассматривали это заявление как испытание для правительства Уэльса”.

“Будут ли они достаточно смелыми, чтобы выполнить свои обещания, не просто говорить, что ‘у нас чрезвычайная ситуация с климатом’, а действительно принять эти трудные решения и внести реальные изменения в будущее Уэльса?”

“Сегодня, я думаю, мы это видим”.

“Я думаю, что мы видим новый старт, что будут сделаны реальные изменения, которые приведут нас к более зеленому и здоровому будущему”».

В этом примере на первый план выходят такие дискурсивные маркеры, как *местоимение we (мы)*, *глаголы состояния, чувственной и умственной деятельности, модальные конструкции*. Употребление местоимения *we (мы)* вовлекает читателя в круг людей, разделяющих общие интересы, идентифицирует его как своего, а не чужого, местоимением *they (они)* обычно называют оппонентов с противоположными интересами, например правительство: *мы – простые граждане, они – правительство, чиновники. Глаголы состояния, чувственной и умственной деятельности, модальные конструкции* показывают единство взглядов граждан и правительства, переживания за будущее страны и земли, а также надежду на выполнение обещаний.

Рассмотрим второй пример:

“A man has been seriously injured by a fallen tree as Storm Otto battered Yorkshire.

The man in his 50s was taken to hospital after the tree was blown down on Endcliffe Vale Road in Sheffield at about 08:50 GMT, police said.

A nearby property was also damaged and structural engineers are at the scene while the road remains shut.

Winds of up to 70mph caused widespread travel disruption and thousands of homes were left without power.

<...>

Insp Ian McNiff, North Yorkshire Police’s force incident manager, said: «We’ve seen a significant increase in calls this morning following Storm Otto and our staff have been working hard to answer these calls as quick as possible.»

«We’re not able to attend every incident and we do need to prioritise resources to those most in need.»” (Storm Otto: Man seriously injured after tree fall in Sheffield // BBC News. 17.02.2023. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-humber-64661839>). / **«Мужчина получил серьезные травмы при падении на него дерева, когда Шторм Отто обрушился на Йоркшир.**

Мужчина в возрасте 50 лет был доставлен в больницу после того, как дерево упало на Эндклифф-Вейлроуд в Шеффилде примерно в 08:50 по Гринвичу, сообщила полиция.

Также был поврежден близстоящий дом, на месте работают инженеры-строители, дорога остается закрытой.

Ветер со скоростью до 70 миль в час вызвал массовые заторы на дорогах, и тысячи домов остались без электричества.

<...>

Инспектор Ян Макнифф, сотрудник полиции по происшествиям Северного Йоркшира, сказал: “Сегодня утром после шторма Отто мы наблюдаем значительное увеличение количества звонков, но наши сотрудники усердно работают, чтобы ответить на них как можно быстрее”».

“Мы не можем присутствовать на каждом происшествии, так как прежде всего нам нужно направить помощь тем, кто в ней больше всего нуждается”.

В данном примере ярко выражен нарративный характер диктем, т. к. нужно описать сложившуюся ситуацию, предоставить факты, описать, какие действия предпринимаются, и в итоге успокоить читателя, поэтому вначале широко употребляются дискурсивные маркеры, направленные на сохранение логического хода рассуждений, такие как *пассивные конструкции, полипредикативные комплексы и предложения со вторичной предикацией*, но в завершение идет процесс сближения, который обусловлен употреблением местоимения

мы и модальных конструкций (“we’ve seen” (мы наблюдаем), “our staff have been working hard” (наши сотрудники усердно работают), “we’re not able to” (мы не можем), “we do need” (нам нужно)).

Представляется необходимым также отметить гибкий характер дискурсивных маркеров, когда они из группы эксплицитных могут переходить в группу имплицитных и наоборот и образовывать третью группу – эксплицитно-имплицитных дискурсивных маркеров, а также маркировать другие категории.

Заключение

В итоге мы приходим к следующим выводам.

Современная медиакоммуникация может быть описана дискурсивно-диктемной моделью коммуникации, состоящей из трех взаимопроникающих и бесконечно повторяющихся элементов: языковая личность – дискурс – диктема (текст) – языковая личность – ... Дискурсивная категория адресованности на уровне диктемы (текста) представлена как эксплицитными дискурсивными маркерами диалогичности (разговорности), такими как прямые обращения, риторические вопросы, повелительные и вопросительные коммуникативные типы предложений; так и имплицитными дискурсивными маркерами, такими как местоимение we (мы), глаголы состояния, чувственной и умственной деятельности, модальные и пассивные конструкции, полипредикативные комплексы и предложения со вторичной предикацией. Иконические компоненты медиакоммуникации (изображения) и графические языковые средства могут быть как эксплицитными или имплицитными маркерами, так и образовывать третью группу – эксплицитно-имплицитных дискурсивных маркеров.

Современная медиакоммуникация характеризуется размыванием границ устоявшихся жанров и типов речи, т. к. на первый план выходят категории, связанные с человеком: языковой личности как адресанта, так и адресата сообщения, что позволяет обнулять медиатекст, тем самым сближать собеседников, или, отдаляя, направлять (стимулировать) ход логических суждений.

Дальнейшей перспективой данного исследования являются рассмотрение таких категорий, как целеполагание, достоверность, интерпретация, и выделение их дискурсивных маркеров в диктемах (текстах) различной жанровой направленности.

Источники | References

1. Блох М. Я. Текст-дискурс в замысле и развитии // Язык: категории, функции, речевое действие: мат. XII междунар. науч. конф. (г. Коломна, 11-12 апреля 2019 г.). Коломна: Изд-во Государственного социально-гуманитарного университета, 2019. Вып. 12. Ч. I.
2. Блох М. Я. Человек и мир сквозь призму языка. Философские раздумья: монография. М.: Прометей, 2020.
3. Голев Н. Д., Напреенко Г. В. Формально-количественное моделирование языковой личности: идентификационный аспект // Языковая личность: моделирование, типология, портретирование. Сибирская лингвоперсонология: монография: в 2-х т. М.: Ленанд, 2016. Т. 2.
4. Демьянков В. З. Текст и дискурс как термины и как слова обыденного языка // Язык. Личность. Текст: сб. к 70-летию Т. М. Николаевой. М.: Языки славянской культуры, 2005.
5. Дускаева Л. Р. Предисловие // Медиалингвистика: мат. IV междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, 9-12 ноября 2020 г.). СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета, 2020. Вып. 7.
6. Иванцова Е. В. О термине «языковая личность»: истоки, проблемы, перспективы использования // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2010. № 4 (12).
7. Карасик В. И. Высказывание, жанр, дискурс: семиотическое моделирование // Жанры речи. 2020. № 2 (26).
8. Карасик В. И. Дискурсивная конвергенция // Лингвистическая лимнология: мат. всерос. науч. конф. с междунар. участием (г. Москва, 16 декабря 2021 г.). М.: Изд-во Московского государственного областного университета, 2022.
9. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Изд-е 7-е. М.: ЛКИ, 2010.
10. Кожина М. Н., Дускаева Л. Р. Выражение диалогичности в естественнонаучных текстах // Стилистика текста в коммуникативном аспекте: межвуз. сб. науч. тр. Пермь, 1987.
11. Кормилицына М. А. Адресация речи // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. Изд-е 2-е, перераб. и доп. Красноярск: Изд-во Сибирского федерального университета, 2014.
12. Кормилицына М. А. Медиатекст в современном коммуникативном пространстве // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: сб. науч. тр. (г. Орел, 15-16 сентября 2018 г.). Орел: Горизонт, 2018. Вып. 15.
13. Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике (обзор) // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: сб. обзоров. М.: Изд-во Института научной информации по общественным наукам Российской академии наук, 2000.
14. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003.
15. Сырсына И. О., Бондаренко С. В., Корзова Е. Н. Жанровая специфика современных англоязычных новостных медиатекстов коронавирусной тематики // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. Вып. 8. DOI: 10.30853/phil20220438
16. Уварова Е. А. Иконический компонент поликодового медиатекста и его стилистический потенциал // Преподаватель XXI век. 2020. № 2-2. DOI: 10.31862/2073-9613-2020-2-380-392

Информация об авторах | Author information

RU

Сыресеина Ирина Олеговна¹, к. филол. н., доц.

Корзова Елена Николаевна², к. филол. н.

Гольдман Анна Владимировна³, к. филол. н., доц.

^{1, 2, 3} Московский педагогический государственный университет

EN

Syresina Irina Olegovna¹, PhD

Korzova Elena Nikolaevna², PhD

Goldman Anna Vladimirovna³, PhD

^{1, 2, 3} Moscow Pedagogical State University

¹ i.syresina@mail.ru, ² golenik@mail.ru, ³ a_gold@rambler.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 27.02.2023; опубликовано (published): 28.04.2023.

Ключевые слова (keywords): диктема; дискурсивно-диктемная модель коммуникации; дискурсивные маркеры; адресованность; новостной медиатекст; dicteme; discursive-dictemic model of communication; discursive markers; addressing; news media text.