

УДК 81.42

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО КУЛЬТУРНОГО МЕДИА-ДИСКУРСА

Шамина Н.В.

кандидат филологических наук, доцент,

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет

им. Н.П. Огарёва,

Саранск, Россия

Саданова А.А.

магистрант,

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет

им. Н.П. Огарёва,

Саранск, Россия

Аннотация: Цель нашей статьи заключается в рассмотрении основных характеристик англоязычного культурного дискурса, который является одним из жанров медиа-дискурса и функционирует в нём. Несмотря на широту данного понятия, представляется необходимым выявить общие черты этого коммуникативного пространства. Авторы статьи предпринимают попытку анализа лингвостилистических особенностей текстов культурного дискурса.

Ключевые слова: дискурс, медиадискурс, антропонимы, прецедентное имя, перлокутивный эффект

LINGUISTIC CHARACTERISTICS OF THE ENGLISH-LANGUAGE CULTURAL MEDIA DISCOURSE

Shamina N.V.

PhD in Philology, Associate Professor,

National Research N.P. Ogarev Mordovia State University,

Saransk, Russia

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМН ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

Sadanova A.A.

master student,

National Research N.P. Ogarev Mordovia State University,

Saransk, Russia

Abstract: The purpose of our article is to consider the main characteristics of English-language cultural discourse which is one of the genres of media discourse and functions in it. Despite the breadth of this concept it seems necessary to identify the common features of this communicative space. The authors of the article attempt to analyze the linguistic and stylistic features of the cultural discourse texts.

Keywords: discourse, media discourse, anthroponyms, precedent name, perlocative effect

Англоязычный культурный дискурс – один из наиболее влиятельных и противоречивых информационных феноменов современности. В настоящее время СМИ являются основной средой для функционирования, развития, и распространения различных сообщений. В первую очередь каналом распространения является сеть интернет. Тексты о культуре могут представлять собой сочетание вербальной, визуальной, аудиовизуальной информации, но основу составляет языковая составляющая.

Поэтому важно рассмотреть лингвостилистические особенности текстов дискурса культуры. Данные тексты обладает высоким прагматическим потенциалом, что также требует специального анализа. Сущность термина «культурный дискурс» изучена ещё недостаточно. Так, О.А.Рыжкова пишет: «Культура и культурные процессы находят себе место в символической картине мира, продуцируемой СМИ» [3]. Разного рода культурные события, освещенные прессой, оказывают влияние на мнение читателей и в то же время выполняют рекламную функцию; читатели узнают о новых фильмах, альбомах и т.д. При этом стоит разделять чисто культурный дискурс и культурный

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

дискурс массмедиа. Так, например, лекция, посвящённая какому-либо явлению культуры, будет относиться к культурному дискурсу, в то время как новостная заметка о ней – уже к культурному дискурсу СМИ.

В этой связи В.И. Карасик отмечает, что «массово-информационный дискурс, в работах других исследователей обозначаемый как массмедийный дискурс или дискурс СМИ, тяготеет к поглощению других дискурсов, охватывая практически все аспекты общественной жизни, в том числе культурной жизни общества» [2]. При этом, по словам, А.А. Степановой, «в отношении культурного дискурса массово-информационный дискурс является глобальной средой, а журналисты выступают в качестве посредников между событиями культуры и массовой аудиторией» [4].

Для разграничения типов культурного дискурса стоит помнить о том, какие виды культуры выделяются учёными. Основные виды культуры это массовая (народная), элитарная, духовная и др. Нами анализируется дискурс массовой культуры как отражение в вербальной форме оценочных суждений о событиях массовой культуры, рассчитанных на «усредненный» уровень развития массовых потребителей.

Тексты о культуре содержат большое количество прецедентных имен. Этот разряд антропонимов отличается тем, что обозначает имя, которое ассоциируется с каким-либо известным сюжетом литературы или историческим событием (прецедентная ситуация). Прецедентное имя можно определить, как сложный знак, в котором денотативное значение отходит на второй план, и значение приобретают признаки, характеризующие определённое прецедентное имя, образующих определенный символ, отражающий, например, качество человека, или описывающих эпоху. Прецедентные имена могут иметь как положительную, так и негативную эмоциональную окраску, которая может быть выявлена часто из контекста. Например, антропоним «Aristotel» при характеристике человека обозначает очень умного и начитанного человека (kind as Aristotel). Антропоним «Cinderella» может не только называть

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

персонажа известных сказок, но и обозначать такие понятия как «жертвенность», «скромность», «трудолюбие», при этом данные значения легко разгадываются большинством реципиентов.

Англоязычный культурный дискурс, существующий в наше время и включающий в себя не только печатные, но и электронные СМИ, различные англоязычные площадки для размещения и обмена информацией, является одним из достаточно значимых лингвистических феноменов в современном английском языке [6]. Одна из важных особенностей культурного дискурса – это его наднациональный характер, доминирование в глобальном масштабе, способное продвигать определенные идеи и послы. «Современный англоязычный культурный дискурс перформативен по своей природе, обладает чрезвычайным динамизмом и символизмом», – заключает А.В. Гусякова [1].

Классификация текстов о культуре представляет некоторые трудности, т.к. сама культура является широким и всеобъемлющим понятием. Одна из главных целей текстов о массовой культуре – воздействие на адресата, побуждение к действию, поэтому можно отметить их высокий прагматический потенциал во всех его проявлениях (перлокутивный эффект). Перлокутивный эффект таких текстов заключается в побуждении к приобретению представленного товара (нового альбома, билета на премьеру постановки). В этом аспекте дискурс массовой культуры взаимодействует с рекламным дискурсом. Рекламный текст кроме того, что информирует адресата об объекте рекламы, также формирует интерес к рекламируемой продукции и поддерживает его на протяжении времени, способствует продвижению товара на рынке. Рекламный дискурс, по классификации В.И. Карасика, можно отнести к институциональному типу дискурса. При этом такие тексты не могут напрямую указывать, что делать адресату, они должны убеждать имплицитными языковыми средствами в необходимости приобретения того или иного товара. Такую тактику в научной литературе называют манипулятивной.

Итак, дискурс культуры отличается асимметричностью (вербальная деятельность осуществляется только одной стороной коммуникации) и массовостью; иными словами дискурс культуры содержит в себе ряд других типов дискурса.

Понятие культуры является одним из основополагающих и в то же время самых неопределённых во всей системе гуманитарного знания. Существует более 500 дефиниций культуры, трактующих её в русле различных дисциплин и зачастую противопоставленных друг другу. Соответственно сложно выделить одно определение дискурса культуры, но отметим, что культура и культурные процессы находят место в символической картине мира, продуцируемой СМИ, т.е. в медиа-дискурсе [Подробнее см.: 7].

Таким образом, специфика культурного медиа-дискурса находит своё непосредственное отражение в текстах о культурных событиях разных жанров. При этом тексты культурной тематики обладают общими для всех типов данного текста признаками и категориями, в том числе содержанием большого количества антропонимов, возвышенная лексика, сложные предложения. Среди наиболее распространённых жанров культурного дискурса можно выделить статью, интервью, рецензию (обзор), новостную заметку и др. В рамках нашего исследования прежде всего культурный дискурс соотносится с так называемой массовой, или популярной, культурой. Нельзя однозначно определить стиль текстов о культуре [5]. Они могут быть публицистическими, обладать признаками как научно-популярного, официально-делового, художественного, так и даже разговорного стилей. В культурном дискурсе часто используются различные метафорические сравнения. Жанры культурного дискурса можно выделить исходя из описываемого объекта, например, если речь идет об описании актуального события, то это будет репортаж или отчёт, если речь идет о рефлексии по поводу культурного события, то это будет рецензия, интервью, эссе или обзорная статья. Это наиболее частые жанры для большинства дискурсивных сюжетов культурного пространства англоязычного

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

медиа-дискурса.

Библиографический список:

1. Гусякова А.В. Функциональный потенциал англоязычного медиа-дискурса в эпоху цифровизации.
URL: <https://repository.rudn.ru/ru/records/article/record/91175/> (дата обращения: 07.02.2024).
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
3. Рыжкова О.А. Дискурс культуры и брендинг: аспекты понимания идентичности // Учёные записки НовГУ. 2021. № 6 (39). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-kultury-i-brengirovanie-aspekty-ponimaniya-identichnosti> (дата обращения: 24.12.2023).
4. Степанова А.А. Характерные особенности англоязычного культурного медиа-дискурса // Вестник МГПУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2014. № 1 (13). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakternye-osobennosti-angloyazychnogo-kulturnogo-mediadiskursa> (дата обращения: 24.12.2023).
5. Цыбина Л.В. Шагарова О.Н. Стилистические средства выражения эмоций в спортивном англоязычном дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Т. 12. – Тамбов, 2019. – С. 82–86.
6. Шамина Н.В. Неологизмы в современном английском языке // Вестник Мордовского университета. – Т. 18. – № 3. – Саранск: МГУ им. Н.П. Огарёва, 2008. – С.173–174.
7. Shamina N.V., Sadanova A.A. On the Issue of Modern Media Discourse // На пересечении языков и культур. Актуальные проблемы современного гуманитарного знания. – № 1 (22). – Киров, 2022. – С. 154–158.

Оригинальность 79%