

УДК 81'42

А. А. Федюковский

*доцент Высшей школы лингводидактики и перевода
Санкт-Петербургского политехнического университета
Петра Великого,
кандидат филологических наук, доцент
(Россия)*

ИНОЯЗЫЧНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ И МЕДИАДИСКУРС

Медиадискурс предполагает использование соответствующей системы лексических и синтаксических средств. Помимо вербальных, он содержит также невербальные способы воздействия на реципиента, иноязычная компетентность которого приобретает в современных условиях особое значение в целях адекватного восприятия медиатекстов.

Созданные как каналы передачи информации сегодняшние средства массовой информации (далее — СМИ) представляют собой мощное манипулятивное средство, средство формирования массового сознания. Поэтому в контексте обучения иностранному языку необходимо уделять огромное внимание коммуникативной составляющей текстов СМИ в силу их развивающего, формирующего и отчасти воспитательного характера.

Индустрия СМИ является одним из ключевых секторов современного мира. Для современного человека СМИ являются основным способом получения информации и распространения коллективного знания, что имеет огромное значение в методическом аспекте: иноязычная коммуникативная компетенция не может быть сформирована без учета ценностей, интересов и устремлений коллектива, то есть говорящего на изучаемом языке социума. Медиатексты сегодня находятся на пике своей популярности: создаются интернет-версии печатных изданий, появляются многочисленные онлайн-публикации и т. д. Современный человек живет в пространстве текстов СМИ, из которых он получает актуальное представление о текущих событиях мира, историческое и культурологическое знание, формирует собственную точку зрения и, шире — картину мира, включая языковую картину мира. Поэтому можно утверждать, что тексты СМИ обладают развивающим потенциалом в контексте формирования коммуникативной компетенции, включая иноязычную, поскольку представляют собой особый канал передачи информации, характеризующихся актуальностью настоящему историческому моменту и с событийной и речевой точек зрения, детализированностью речевого материала, высокой эмоциональной заряженностью, диалогичностью и информативностью.

Своеобразным полем для функционирования медиатекста является медиадискурс [1]. Дискурс — сложное коммуникативное явление, имеющее свои дифференциальные особенности, но связанное с текстом, в котором первый реализуется [2].

Дискурс содержит вербальную и невербальную составляющие. В последнюю входят знания о мире, установки, верования, социальный статус, интенции говорящего, его чувства, эмоции, установки. Более того, данная составляющая определяет интенциональный характер дискурса, что позволяет утверждать, что развитие коммуникативной компетенции требует обращения к речевому материалу в контексте дискурса, т. е. с учетом лингвистической стороны речевого произведения, фактора адресата, невербальных способов выражения речевого намерения, интенции, целей коммуникативной ситуации. По тематически-ситуационному принципу дискурс может быть подразделен на более частные дискурсы, например, медиадискурс, который способен формировать индивидуальную картину мира говорящего, объединяющую его представления о действительности, истории, культуре изучаемого языка. Тексты СМИ играют важную роль в формировании социальной системы. Они способны не просто распространять информацию, а детерминировать поведение своих реципиентов, создавать своего «идеального адресата» [3]. Каждый текст направлен на определенную аудиторию. Создатели текстов СМИ стремятся создать своего рода психотип целевой аудитории. Они могут апеллировать к таким факторам, как возраст, пол, религия, социальная группа, человеческие потребности (общение, социальный статус, принадлежность к какой-либо категории), или даже обращаться к психоэмоциональной стороне реципиента, затрагивающей его чувства и переживания. Таким образом, создатели текстов СМИ формируют убеждения, взгляды и ценности, оказывая существенное влияние на развитие общества, манипулирование им, что даст возможность в процессе формирования иноязычной коммуникативной компетенции развить способности к аргументированию, апеллированию, рассуждению и т. д.

Любой дискурс предполагает использование соответствующей системы лексических и грамматических средств, то есть определенного функционального стиля. Однако дискурс невозможно приравнять к одному конкретному функциональному стилю, это гораздо более широкое понятие. Речевой основой медиадискурса является публицистический стиль, однако язык СМИ представляет собой совершенно уникальное явление с точки зрения стилевой принадлежности, так как он вобрал в себя элементы практически всех существующих функциональных стилей, преобладание которых варьируется в зависимости от тематической направленности сообщения. С данной точки зрения язык СМИ позволяет создать практически идеальные условия для обучения иностранным

языкам, поскольку именно на примере медиадискурса возможно продемонстрировать многообразие стилистической системы изучаемого языка, особенности функционирования языковых единиц в контекстах разного рода, контекстуальные значения слов.

Публицистический стиль жанрово представлен в форме интервью, отчета, обозрения, репортажа, обзорной рецензии, фельетона, памфлета, очерка и т. д.

В одних жанрах доминирующей является информационная функция, в других — аналитическая или образная. Современные тексты СМИ чаще всего представляют собой явление, находящееся на стыке нескольких публицистических жанров и вбирающее в себя разнообразные качественные характеристики. Например, интервью относится к информационным жанрам, предполагает изложение фактов при совместной работе журналиста и интервьюируемого.

Однако оно может содержать в себе как элементы аналитики (постановку проблемы, истолкование, всестороннее рассмотрение), так и элементы образности (ирония, образность, юмор, социально-политическое обличение).

Однако общей для всех современных публицистических текстов СМИ является присутствующая в них доля субъективизма. Главная цель автора — не просто донести до своего реципиента конкретную информацию, а убедить его разделить свою точку зрения, принять систему оценок. Для реализации данной цели в современной публицистике используется значительное количество выразительных средств: переименования, перефразирования цитат, аллюзии (ссылки на хорошо известный факт), метафоры, каламбур и т. д.

Более того, для установления более близкого контакта со своим реципиентом, автор зачастую намеренно использует просторечные слова и даже жаргонизмы. Стоит отметить, что использование просторечий и жаргонизмов является одной из проблем современной журналистики. Современные лингвисты отмечают, что многие представители журналистской профессии позволяют себе достаточно вольно использовать язык. Иначе говоря, стандарты использования языка снизились.

Тексты СМИ даже многих авторитетных изданий зачастую полны неточностей, стилистических и даже лексических ошибок, т. к. основной акцент делается на сенсационность, скандальность, новизну и неповторимый авторский стиль. Однако необходимо отметить, что данная проблема особо актуальна для русскоязычных СМИ, западные СМИ все же являются более консервативными и тщательней соблюдают этикет массовой коммуникации.

Еще одной проблемой современного публицистического жанра является большое количество заимствований, в особенности американизмов. В текстах СМИ чаще появляются и быстро распространяются изменения, возникающие в языке на современном этапе его развития, они способствуют быстрому

насыщению языка заимствованиями, которые позволяют говорящему оставаться «в тренде» и создавать образ современного человека. Однако это имеет негативное влияние на национальный язык, который теряет свою самобытность.

Таким образом, отнесение современных текстов СМИ к публицистическому стилю имеет весьма условный характер. Тексты СМИ являются сложным коммуникативным явлением, внутреннее устройство которого обусловлено ситуацией и интенцией автора. Именно поэтому современный медиадискурс сочетает в себе черты различных функциональных стилей и носит субъективный характер.

В методическом аспекте полифункциональность, информативность, аналитичность, образность, субъективность функционального стиля современных СМИ создают установку на актуализацию продуктивной речевой деятельности в условиях непредсказуемости речевой ситуации, что позволит расширить представление о системе языковых единиц и путях их трансформации и модификации в речи.

В исследовании современного медиадискурса стоит обратить особое внимание на его синтаксис, обладающий целым рядом отличительных признаков.

В контексте медиадискурса объем предложений может являться выразительным стилистическим приемом. Устная речь в аудиовизуальных текстах СМИ, как правило, ориентирована на употребление более коротких сложных предложений и присоединительный тип связи.

Стилистический синтаксис предполагает намеренное изменение строения предложения в целях создания дополнительной выразительной образности. Для современных аудиовизуальных текстов СМИ характерно использование таких трансформаций синтаксической структуры предложения, как редукция, экспансия, нарушение порядка слов. Данные трансформации требуют особого внимания в процессе формирования коммуникативной компетенции будущего специалиста, поскольку овладение техникой перевода данных конструкций позволяет ускорять процесс понимания и, соответственно, интерпретации высказывания на иностранном языке.

Эллипсис подразумевает опущение одного или нескольких членов предложения. И он характерен для устной спонтанной речи. При этом опускается менее важная часть предложения, легко восстанавливаемая из контекста. Помимо эллипсиса, медиадискурс допускает абсолютно полярное преобразование — экспансию (удлинение) синтаксической структуры: многочисленные перечисления и повторы, свойственные для естественной спонтанной речи. Также иллюстрацией экспансии является вставка, которая может нести большую смысловую нагрузку.

Таким образом, синтаксис является не просто средством построения предложений, а неотъемлемой частью медиадискурса. Работа с синтаксическим компонентом высказывания позволяет проанализировать индивидуальные особенности говорящего, его эмоциональное состояние и цель высказывания, а также расширить представление о функциональности синтаксических конструкций.

Важной характеристикой современного медиадискурса является манипулятивность [4].

Прежде всего это находит свое отражение в лексической составляющей медиатекста. Язык текстов СМИ представляет собой определенную знаковую систему, в которой сочетаются различные вербальные и аудиовизуальные компоненты, в зависимости от средства получения информации. Он направлен на достижение максимального уровня воздействия на человека.

Данное воздействие осуществляется посредством языка, который служит способом влияния и воздействия на воспринимающего. Язык используется с целью продвижения ценностей и образов, выгодных определенным людям, партиям, организациям и другим членам социума. Для осуществления данной цели автору текста необходимо прежде всего организовать диалог с реципиентом, «выстроить с ним отношения». При «создании отношений» важную роль играют черты разговорного стиля, например, прямое обращение, служащее для создания эффекта присутствия. Люди ощущают свою важность и ценность, когда к ним обращаются как к личности, а не как к члену массовой аудитории.

В сфере коммуникации, и в особенности языковой коммуникации, проблема языкового манипулирования является особо актуальной. Ключевые слова, тематические сетки, внутри- и межтекстовые ассоциации, образные средства реализуют функцию воздействия на говорящего в текстах медиадискурса.

Язык — инструмент, который может «корректировать» мышление и поведение человека. В современном мире язык становится мощным средством воздействия. Своеобразным проводником данного воздействия становятся СМИ, и, соответственно, именно тексты СМИ являются источником поиска речевого материала для реализации функции воздействия.

1. Сайфуллина А. Д., Олизько Н. С. Об особенностях медиадискурса // Мир культуры: искусство, наука, образование : сб. науч. ст. / Южно-Урал. гос. ин-т искусств им. П. И. Чайковского. Челябинск, 2023. С. 189–192. [Вернуться к статье](#)

2. Текст — дискурс — культура : материалы Междунар. науч. конф., Краснодар, 19–20 мая 2023 г. / М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Кубан. гос. ун-т. Краснодар, 2023. 269 с. [Вернуться к статье](#)

3. Ветрова Э. С. Эвфемизация речи как способ манипулятивного воздействия на адресата в англоязычных и русскоязычных СМИ // Донецкие чтения — 2023:

образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : материалы VIII Междунар. науч. конф., Донецк, 25–27 окт. 2023 г. / Донец. гос. ун-т. Донецк, 2023. С. 17–20. [Вернуться к статье](#)

4. Федюковская М. Г. Психологические и лингвистические аспекты речевого манипулирования // Постнеклассическая наука: междисциплинарность, проблемно-ориентированность и прикладной характер : сб. науч. ст. по итогам междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 29–30 июня 2021 г. / С.-Петерб. гос. эконом. ун-т. СПб., 2021. С. 79–81. [Вернуться к статье](#)

A. A. Fedyukovskij

Foreign-language competence and media discourse

Media discourse involves the use of an appropriate system of lexical and syntactic means. In addition to verbal ones, it also contains non-verbal means of influencing the recipient, whose foreign-language competence is of particular importance in contemporary conditions in order to adequately perceive media texts.