

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

АМЕРИКАНСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СИБИРИ

Выпуск 9

МАТЕРИАЛЫ ВСЕРОССИЙСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«АМЕРИКАНСКИЕ ИДЕИ И КОНЦЕПЦИИ
В ГУМАНИТАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ
УЧЕНЫХ СИБИРИ И ПРЕПОДАВАНИИ
В СРЕДНЕЙ И ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ»

Томск, 18–19 октября 2007 г.



ИЗДАТЕЛЬСТВО ТОМСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2008

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ: ПОЗИЦИЯ СЛУШАТЕЛЯ*

З.И. Резанова

Томский госуниверситет

Ориентация на изучение дискурса – важнейшая особенность современного функционализма. Центральное положение дискурсивных исследований определяется тем, что функционализм направлен на описание функционирования языка как актуально совершающегося речевого действия.

Начало современного понимания терминов «дискурс» и «дискурс-анализ» в 50-е гг. XX в. вызвано интересом ученых к лингвистическому анализу языковых явлений выше уровня предложения, а также к изучению речи и связано с именем американца З. Хэрриса¹.

В этот период термины «лингвистика текста» «дискурс-анализ» используются как взаимозаменяемые. В 70–80-х гг. в соответствии с тенденцией к выходу за пределы структуралистских лингвистических методов термин «дискурс» начинает использоваться в значении, противопоставляющем его термину «текст», который понимается как единица языковой системы выше уровня предложения. Термин «дискурс» применяется к актуальной речевой единице, порождаемой в конкретных условиях коммуникативного акта.

Дискурс-анализ направлен на исследование влияния различных экстралингвистических факторов (цель общения, ситуация общения, характеристики участников общения и т.д.) на оформление речи (текста). В фокусе исследователя при этом находится не сообщение, но речевые интенции говорящего, инициирующие процесс общения, в основе которого находится желание сделать свои интенции понятными другим².

Разграничение институциональных и неинституциональных типов высказываний представлено в работе К. Баха и Р. Харниша³, в которой актуализируется коммуникативная значимость ролевой ус-

* Работа выполнена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект 06-04-64403 а /Г.

тановки говорящего, личностные или социально-статусные функции, влияние ее на ход и результат коммуникации.

В данной статье с опорой на понятие дискурсивной картины мира исследуется позиция слушающего в институциональном дискурсе, ее коммуникативно значимые характеристики.

Полагаем, что анализ, направленный на моделирование картины мира, объединяющей участников институционального дискурса, позволяет проинтерпретировать участников коммуникаций как языковые личности (ЯЛ). Прежде чем говорить о многообразии подходов к изучению ЯЛ, необходимо определить понятие, так как в определении объекта, выделяющем существенные отличительные признаки, задаются по сути аспекты его исследования.

Если опереться на известное определение языковой личности Ю.Н. Караулова, «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются: а) степенью структурно-языковой сложности; б) глубиной и точностью отражения действительности; в) определенной целевой направленностью»⁴, то следует выделить следующие существенные черты и, как следствие, аспекты анализа:

1. Отмечена двойная аспектация языковой способности – продуцировать и воспринимать речь, то есть обозначены две ипостаси ЯЛ: быть говорящим и слушающим, воспринимающим чужую речь (тексты).

2. Это определение выделяет деятельностный аспект языковой личности – «способности, обуславливающие создание и восприятие речевых произведений». Деятельностный аспект в характеристике ЯЛ еще более выделен, подчеркнут в дефиниции Г.Н. Беспамятовой: «...Совокупность отличительных качеств личности, обнаруживающихся в ее коммуникативном поведении и обеспечивающих личности коммуникативную индивидуальность»⁵. Однако же в данном случае нам бы хотелось дополнить данное определение введением позиций слушающего – коммуникативная индивидуальность заключается и в том, как проявляет себя коммуникант в процессах восприятия речи.

3. Определение нацеливает на исследование феномена ЯЛ через тексты, которые она порождает и интерпретирует.

4. При характеристике языковой личности в качестве базового параметра выделяется языковая способность. В структуре языковой способности выделены три аспекта – владение языковой техникой

(язык), речевые интенции, глубина (и направленность) отражения действительности. При этом, если аспектировать данные характеристики по отношению к слушающему, следовало бы выделить в качестве характеристик языковой личности систему коммуникативных предпочтений: 1) стремление к восприятию и интерпретации текстов с определенным типом отбора и организации языковых средств, 2) стремление к восприятию текстов единой тематической направленности, 3) стремление к участию в коммуникативных ситуациях с различными целевыми установками.

Однако при том что коммуникативная деятельность всегда выстраивается как постоянная смена позиций говорения и слушания, продуцирования и восприятия текста, языковая личность характеризуется прежде всего через систему порождаемых ею текстов. Примером выделения и описания совокупности свойств ЯЛ на основе анализа интерпретационной деятельности слушающего является серия статей и докторская диссертация Т.В. Чернышовой⁶. Признавая правомерность доминирования данного аспекта изучения языковой личности, отметим, что все же без описания второй стороны коммуникативной деятельности характеристика личности в языковом аспекте будет неполной.

В типологии подходов к изучению ЯЛ считаем наиболее существенными противопоставления:

- 1) комплексное – аспектированное описание ЯЛ;
- 2) характеристика индивидуальной – коллективной языковой личности.

При установке на комплексное описание исследователь стремится к характеристике ЯЛ по всем параметрам, выделенным в современных лингвистических исследованиях. Такого рода исследования выстраиваются на основе анализа обширного комплекса текстов разных жанров, реализованных в разных типах коммуникативных ситуаций, фиксируемых в относительно длительный отрезок времени (полнота анализа при таком подходе может быть различной, как и объем корпуса текстов, привлекаемых для анализа).

Наиболее последовательным воплощением такого подхода считаем описание языковой личности Веры Прокопьевны Вершининой, предпринятое в работах Е.В. Иванцовой и Л.Г. Гынгазовой⁷, их аспирантов, проведенное на основе 23-летних наблюдений над конкретной языковой личностью Веры Прокопьевны Вершининой (1909–2004), жительницы с. Вершино Томской области. Результа-

том наблюдений явился корпус текстов (10 тыс. печ. стр.), отражающих естественную речь диалектоносителя в различных коммуникативных ситуациях. Однако отметим, что, как правило, такие исследования направлены на комплексное многоаспектное описание **говорящего** человека, выстраиваются на анализе произведенных текстов. Позиция слушания, восприятия текста собеседника попадает в сферу анализа, но не описывается столь же последовательно, как и позиция говорения. Отметим, что исследования этой второй позиции ЯЛ должно проходить на основе анализа другой эмпирической базы, с применением других исследовательских приемов, нежели те, что привлекаются при анализе позиций говорения.

Аспектированные исследования феномена ЯЛ – это исследования, направленные на выделение в личности одного из аспектов языковой способности, проявляющегося в продуцировании или восприятии определенного **типа текстов**, речевых произведений, моментов коммуникативного поведения. Отражением аспектированности подхода является введение дифференцирующих терминов, например «орфографическая языковая личность», «языковая личность адресата» и подобных⁸.

Варианты обозначенного подхода, несомненно, коррелируют с противопоставлением индивидуальной – коллективной языковой личности.

В первом случае объектом описания становится идиолект индивидуальной личности, проявляющей типовые характеристики языкового сообщества, как, например, уже упомянутая В.П. Вершинина, или творческой, нетрадиционной, например идиолект А.А. Реформатского⁹.

Предметом описания во втором случае становится **типовая** ЯЛ: анализ при этом направлен на выявление параметров речевой реализации, маркирующих принадлежность личности к данному типу. Общность исследуемых языковых личностей при этом формируется по внешнему признаку – это может быть группировка, объединяемая на основе социовозрастной характеристики – ЯЛ ребенка, профессиональной, психологической (например, авторитарная ЯЛ) и т.д.¹⁰ Группировка исследуемых ЯЛ может проводиться по речевым параметрам¹¹.

Два обозначенных типа ограничения аспекта исследования могут быть объединены: выделяется определенная группировка по внеязыковой общности и исследуется какой-либо аспект их речевой (языковой) способности. Исследования такого типа проводятся на специально отобранных текстах и с привлечением дополнительных, прежде всего экспериментальных, методов.

В данной статье в предмет анализа входят те черты ЯЛ, которые проявляются в определенном типе ее дискурсивной деятельности – при восприятии и интерпретации речевых продуктов дискурсов массового развлекательного и информационного вещания. То есть при моделировании типологии проявленных черт языковых личностей вводятся следующие ограничения предмета исследования.

В предмет анализа включается **дискурс** – «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания»¹².

Исследуются дискурсивные аспекты языковой способности ЯЛ, актуализируемые в **институциональном дискурсе**, т.е. речевом взаимодействии «представителей социальных групп или институтов друг с другом, с людьми, реализующими свои статусно-ролевые возможности в рамках сложившихся общественных институтов, число которых определяется потребностями общества на конкретном этапе его развития»¹³.

Исследуется аспект восприятия сообщения в процессах речевой коммуникации, но не его производства, то есть предметом анализа является **слушающий**, или языковая личность в аспекте интерпретирующей языковой деятельности.

В анализе актуализируется момент **активного участия слушающего** в процессах коммуникативного взаимодействия.

Языковая личность характеризуется через аспект **дискурсивной картины мира**, тех ее сторон, которые выявляются в процессах восприятия личностью определенного типа институциональных дискурсов. «Дискурсивная картина мира – часть языковой картины мира, воплощенная в тексте, текстах, порождаемых в некоем типовом социально-психологическом контексте с типовыми коммуникантами. Исследование дискурсивной картины мира – частная проблема дискурсивных исследований, вследствие чего ее предмет также имеет гетерогенный, не собственно языковой, не собственно речевой характер, но включает совокупность внешних социальных, психологических, шире – когнитивных, а также ситуативных детерминаций осуществления языковой деятельности»¹⁴.

В качестве непосредственного материала анализа избирается **массово-информационный институциональный дискурс**. Обра-

щение к массово-информационному дискурсу для анализа картины мира весьма значимо, что определяется его поливариантностью, направленностью практически ко всем сферам современной жизни. Анализ картины мира, воплощенной в данных текстах, дает практически полное представление о доминирующей в массовом сознании картине мира, сложившейся в тех или иных исторических обстоятельствах, в определенной социополитической, культурной ситуации. При этом языковая картина мира массово-информационного дискурса предстает как некая мозаика частных дискурсивных вариантов, различающихся тематически, адресатно, медийно и т.д.

Анализ институционального дискурса как процесса и результата реального активного коммуникативного взаимодействия авторов и адресатов требует привлечения не только собственно лингвистических, но психолингвистических, социолингвистических и собственно социологических методик, ориентированных прежде всего на выявление ментально-языковой реакции адресата на текст определенного типа, определение типа дискурса, избираемого той или иной социальной группой из информационно-речевого потока, из разнообразных когнитивно-языковых пространств.

С использованием приемов анкетирования и интервьюирования определяется круг включаемых в личностное коммуникативное пространство членов той или иной реципиентной группы информационных субъектов: телевизионных каналов, типов изданий газет и журналов, радиостанций, сайтов сети Интернет и т.д. При этом, исходя из того, что практически каждый из данных информационных субъектов представляет собой сложно организованное информационное единство, анкетирование должно быть направлено на выявление аспектов привлекательности данных изданий, каналов и т.д. Способом последовательной конкретизации выявляется круг реальных коммуникативных пространств, в пределах которых транслируемая информация находит ответную, сочувственную реакцию слушающего. Выдвигается предположение о возможности осуществления дискурса как реального взаимодействия того или иного вещания (через посредство данной конкретной передачи) с данным типом слушателя. Таким образом определяются границы дискурса как некоей коммуникативной реальности.

На следующем этапе анализируются тексты соответствующего дискурса, методами текстологического анализа выявляется система ключевых концептов, реализованных в текстах того или иного

дискурса как объект восприятия и интерпретации заявленной группой адресатов.

В качестве модельных представителей адресной группы институционального дискурса исследовались дискурсивные картины мира студентов четырех томских вузов: Томского государственного университета (ТГУ), Томского политехнического университета (ТПУ), Томского государственного педагогического университета (ТГПУ) и Томского филиала Российского государственного социального университета (РГСУ) (180–190 реципиентов в каждом из семи типов анкетирования).

Анализ анкет показал значимость медийного фактора при формировании интересов в сфере институциональных дискурсов. Так как исследование проводилось в реципиентной группе студенчества, очевидно, что существенная масса познавательных потребностей восполняется в процессах институционального учебного общения в вузах. В сфере массово-информационного и развлекательного дискурса в качестве основного источника информации воспринимается Интернет-коммуникация: «Коммуникативная среда Интернет чаще всего используется в студенческой среде в качестве:

- учебного информационного ресурса и источника программной продукции (46% ответов);
- современного средства связи (42%);
- как источник бытовой (25%) или политической (22%) информации;
- развлекательная информация: музыка, кино, Интернет-магазины (11–15%)»¹⁵. Проведенный автором лингвистический и контент-анализ тем и диалогов форума позволил автору сделать вывод о доминировании следующих семантических категорий: «компьютер» – 5,49 %, «продажа» – 3,20 %, «недвижимость» – 2,75%, «автомобиль» – 2,29 %, «гендерные отношения» - 2,29%, «Томск» – 2,29%, «телефон» – 2,06%, «Интернет-общение» – 1,14%. А, например, единицы, относящиеся к категории «политика», составляют менее 1% от всех единиц текста. Всесторонний анализ анкет, в которых оценивалось пространство Интернет-коммуникации, позволил Н.А. Мишанкиной сделать следующие выводы: «Интернет “официально” позиционируется в первую очередь как “серьезное” информационное пространство, но с другой – фактически используется как развлекательное и коммуникативное»¹⁶. В то же время теле- и радиокоммуникация позиционируется прежде всего как носители бытовой (прагматически релевантной) и развлекательной информации.

Анализируя результаты проведенного опроса студенческой аудитории, характеризующей оценку программ коммерческого радио, Л.И. Ермоленкина отмечает: «Объясняя основания своего выбора, участники эксперимента указали на следующие характеристики отмеченных ими каналов: эмоциональность, динамичность вещания (54%), развлекательность информации (50%), “своя” музыка (62%), позитивный настрой вещания (40%)»¹⁷.

Телевизионная коммуникация воспринимается как развлекательная, прежде всего, в сфере информационной для исследуемой аудитории является значимым аспектом бытовой, частной информации. Студенческая аудитория воспринимает моделирующую направленность телевизионных программ. Телевидение позиционируется как источник информации, представляющий модели развития разных аспектов частной жизни. При этом респонденты отмечают в качестве тех программ, которые отвечают личностным потребностям, и те, в которых оказываются представлены общие модели успешной жизненной реализации, и программы, имеющие обучающий характер, выстраивающие модели организации быта, ремонта, обустройства, уборки квартир, формируют модели успешного образа личности через смену имиджа и т.д., и те программы, в которых моделируются различные кризисные ситуации частной жизни, «проигрываются варианты» их решения.

При характеристике мотивов выбора телевизионных программ респонденты регулярно отмечают в качестве положительно оцениваемых программы, в которых интерпретируется успешная карьера, формируются образы успешных личностей, чаще всего из сферы шоу-бизнеса. В то же время привлекательной, востребованной в молодежной аудитории оказывается тема кризиса в частной жизни. В качестве ведущего формата при этом избирается в аудитории формат ток-шоу («Без комплексов», «Пусть говорят» – 1-й канал, реалити-шоу («Дом-2», «Офис» – ТНТ). Ответы респондентов свидетельствуют, что, прежде всего, значимым в молодежной аудитории оказывается моделирование межличностных отношений, в том числе интимной сферы. В этом нам видится одна из причин популярности в молодежной аудитории проекта ТНТ «Дом-2».

Мультисемиотичность, мультимедийность телевизионной коммуникации в наибольшей степени дает возможности создания виртуальных миров, создания иллюзии их параллельного существования и возможности их обратимости. Объединяющим модусом избираемых программ является модус положительной оценки, соеди-

ненный с семантикой преобразования. Модели мира, формируемые в типовых бытовых реалити-шоу («Школа ремонта», «Снимите это немедленно» и др.), предстают как нестатичные. В коммуникативном фокусе оказывается модель позитивных трансформаций привычного мира.

Существенной оказывается особая дискурсивная форма выстраивания положительных аспектов частной жизни: во всех практически телевизионных программах, включенных в дискурсивное пространство молодежной аудитории, образ положительных трансформаций привычного быта сопровождается активным диалогом. Диалогичность – один из наиболее ярких коммуникативно значимых признаков программ, востребованных в студенческой аудитории. В этих программах выстраиваются несколько моделей диалогов: диалоги ведущих, диалоги ведущих с героем программы, диалоги с близким окружением героя (родственниками, друзьями) и, наконец, диалоги со зрителями, позвонившими в студию. Интерактивность – одна из наиболее ярких черт современного телевидения, и эта особенность позитивно воспринимается в студенческой аудитории. Интерактивность является также средством актуализации динамичности формируемого на телевидении положительного образа мира как среды повседневного существования адресата.

Значимость признака интерактивности в организации формируемых на телевидении динамических картин привычного мира адресата для анализируемой группы отражена в ответах реципиентов анкет. При этом представляется важным отметить, что для картины мира, формируемой в востребованных анализируемой адресной группой передачах, значимыми оказываются коммуникативные модели создания образа мира.

Это модели, в формировании которых актуально или потенциально принимают участие адресат, герои, которые оцениваются как представители «своего мира», а также герои, выполняющие функции «архетипов».

Немаловажное значение имеет и способ организации ведения диалога, преобладающее поле модальностей. В поле активного внимания, оценок студенческой аудитории телевизионного вещания попадают прежде всего те ток-шоу, ведущие которых характеризуются наступательной, иногда агрессивной и эпатажной манерой организации полилога. При частичном совпадении тем в многочисленных современных ток-шоу на разных телевизионных каналах отмеченными в студенческой аудитории оказались ток-шоу «Без комплексов» и «Пусть говорят».

Создание нового образа в анализируемых программах проживается дважды: вербально – в диалоге и в трансформации предметно-образного ряда. Семиотическая интеграция телевизионного вещания направлена при этом на формирование не только собственно смысловых аспектов, но и эмоционально-оценочных. Например, в программе «Снимите это немедленно» (СТС) «прошлое» героини передачи, объект дальнейших трансформаций обычно представляется в черно-белом формате, преобразование образа, совершаемое «на глазах», в режиме «он-лайн», поддерживается семиотикой цветовой трансформации: идея проявления внутреннего образа героини во внешней форме отражается в изменении цветовой палитры.

Направленность на интерактивность, создание образа положительных трансформаций мира, обыденного, привычного для адресной группы создается в такого типа бытовых реалити-шоу и семиотикой локуса. Формат таких реалити-шоу предполагает локализацию в обычных квартирах обычных людей, что способствует эмоциональному вовлечению зрителя в ситуацию, его отождествлению себя с героем передачи. Образ положительной модификации привычного мира может быть сформирован при помощи семиотики трансформации локуса. Так, например, в реалити-шоу «Снимите это немедленно» трансформация образа героини проявляется не только через семиотику костюма, изменение цветовой палитры кадра, но и через динамику локусов: героиня перемещается из пространства квартиры в сверкающий мир супермаркетов, косметических салонов, кафе.

При наличии явных различий в причинах выбора того или иного медийного источника наблюдается и определенная общность – приоритет тем частной жизни: любовь, семья, варианты межличностных отношений, формируемые модели жизни.

Картина мира, создаваемая средствами массовой информации, задает не только сценарии коммуникативного поведения, но и модели проживания жизни. В студенческой аудитории положительный отклик находит сценарное воплощение картин мира на современном телевидении в реалити-шоу, ток-шоу, возможность включиться в непосредственное общение.

Вместе с тем проведенные опросы, анализ текстов избираемых и отвергаемых передач и т.д., а также текстов с анкетных ответов позволяют наметить типологию дискурсивных личностей, проявляющихся в активной позиции слушателя. Противопоставляются они по

мотивам выбора или неприятия того или иного конкретного воплощения институционального дискурса.

Моделированию картины мира предшествует выявление системы дискурсивных предпочтений адресатов анализируемой группы. Коммуникативная активность слушающего направлена на разные аспекты самого акта коммуникации. В качестве наиболее значимых компонентов речевого акта, вслед за Р. Якобсоном, выделяем шесть компонентов: адресант посылает сообщение (текст) адресату, чтобы сообщение могло выполнить свои функции, необходим референт, о котором идет речь, между адресантом и адресатом должен существовать контакт, говорящий и слушающий используют общий код.

Дискурсивный тип личности определяется тем, на какой аспект комплексного речевого акта направлено в большей степени внимание коммуниканта, тем, что находится в фокусе внимания слушающего, в какой иерархии позиционируются структурные компоненты коммуникативного акта.

При восприятии телевизионных программ в анализируемой студенческой аудитории преобладающим оказался тип личности, воспринимающий дискурс через его информационный пласт.

Первый тип актуализации личности характеризуется доминированием информационного аспекта при оценке коммуникации. Массово-информационное и развлекательное вещание оценивается такой ЯЛ прежде всего с точки зрения того, какую информацию транслируют, каковы ее содержание, качество, объемность, полнота сообщения. При этом не имеет значения вербальное воплощение, тип коммуниканта, модусы, в которые обрамляется сообщение, тип контакта. Это проявляется в **выборе программ**, в последовательном введении в анкету информационных программ, их дифференцированном обозначении, в локализации по каналам, в дифференциации получаемой информации по аспектам – политическая, бытовая, научная.

В **мотивации** выбора программ признак информативности проводится более последовательно, даже при оценке ток-шоу, реалити-шоу.

Так, например, выбрав в качестве предпочтительных развлекательные программы, ток-шоу, реалити-шоу, отвечая на вопрос анкеты «Что в данном типе программ вам кажется наиболее привлекательным?», ЯЛ этого типа называет причины выбора: «*Дают полезные советы*» (ток-шоу «Пусть говорят» и «Малахов+»), «*Советы*» (реалити-шоу «Школа ремонта»), «*Просвещают людей, пускают*

Создание нового образа в анализируемых программах проживается дважды: вербально – в диалоге и в трансформации предметно-образного ряда. Семиотическая интеграция телевизионного вещания направлена при этом на формирование не только собственно смысловых аспектов, но и эмоционально-оценочных. Например, в программе «Снимите это немедленно» (СТС) «прошлое» героини передачи, объект дальнейших трансформаций обычно представляется в черно-белом формате, преобразование образа, совершаемое «на глазах», в режиме «он-лайн», поддерживается семиотикой цветовой трансформации: идея проявления внутреннего образа героини во внешней форме отражается в изменении цветовой палитры.

Направленность на интерактивность, создание образа положительных трансформаций мира, обыденного, привычного для адресной группы создается в такого типа бытовых реалити-шоу и семиотикой локуса. Формат таких реалити-шоу предполагает локализацию в обычных квартирах обычных людей, что способствует эмоциональному вовлечению зрителя в ситуацию, его отождествлению себя с героем передачи. Образ положительной модификации привычного мира может быть сформирован при помощи семиотики трансформации локуса. Так, например, в реалити-шоу «Снимите это немедленно» трансформация образа героини проявляется не только через семиотику костюма, изменение цветовой палитры кадра, но и через динамику локусов: героиня перемещается из пространства квартиры в сверкающий мир супермаркетов, косметических салонов, кафе.

При наличии явных различий в причинах выбора того или иного медийного источника наблюдается и определенная общность – приоритет тем частной жизни: любовь, семья, варианты межличностных отношений, формируемые модели жизни.

Картина мира, создаваемая средствами массовой информации, задает не только сценарии коммуникативного поведения, но и модели проживания жизни. В студенческой аудитории положительный отклик находит сценарное воплощение картин мира на современном телевидении в реалити-шоу, ток-шоу, возможность включиться в непосредственное общение.

Вместе с тем проведенные опросы, анализ текстов избираемых и отвергаемых передач и т.д., а также текстов с анкетных ответов позволяют наметить типологию дискурсивных личностей, проявляющихся в активной позиции слушателя. Противопоставляются они по

мотивам выбора или неприятия того или иного конкретного воплощения институционального дискурса.

Моделированию картины мира предшествует выявление системы дискурсивных предпочтений адресатов анализируемой группы. Коммуникативная активность слушающего направлена на разные аспекты самого акта коммуникации. В качестве наиболее значимых компонентов речевого акта, вслед за Р. Якобсоном, выделяем шесть компонентов: адресант посылает сообщение (текст) адресату, чтобы сообщение могло выполнить свои функции, необходим референт, о котором идет речь, между адресантом и адресатом должен существовать контакт, говорящий и слушающий используют общий код.

Дискурсивный тип личности определяется тем, на какой аспект комплексного речевого акта направлено в большей степени внимание коммуниканта, тем, что находится в фокусе внимания слушающего, в какой иерархии позиционируются структурные компоненты коммуникативного акта.

При восприятии телевизионных программ в анализируемой студенческой аудитории преобладающим оказался тип личности, воспринимающий дискурс через его информационный пласт.

Первый тип актуализации личности характеризуется доминированием информационного аспекта при оценке коммуникации. Массово-информационное и развлекательное вещание оценивается такой ЯЛ прежде всего с точки зрения того, какую информацию транслируют, каковы ее содержание, качество, объемность, полнота сообщения. При этом не имеет значения вербальное воплощение, тип коммуниканта, модусы, в которые обрамляется сообщение, тип контакта. Это проявляется в **выборе программ**, в последовательном введении в анкету информационных программ, их дифференцированном обозначении, в локализации по каналам, в дифференциации получаемой информации по аспектам – политическая, бытовая, научная.

В **мотивации** выбора программ признак информативности проводится более последовательно, даже при оценке ток-шоу, реалити-шоу.

Так, например, выбрав в качестве предпочтительных развлекательные программы, ток-шоу, реалити-шоу, отвечая на вопрос анкеты «Что в данном типе программ вам кажется наиболее привлекательным?», ЯЛ этого типа называет причины выбора: *«Дают полезные советы»* (ток-шоу «Пусть говорят» и «Малахов+»), *«Советы»* (реалити-шоу «Школа ремонта»), *«Просвещают людей, пускают*

новые тенденции, дают советы» («Снимите это немедленно»); «Можно почерпнуть знания, что позволяет расширить свой кругозор» (ток-шоу «Такси», «Самый умный»); «Познавательное» («Свадебный переполох»); «Просвещают людей в различных сферах» (информационные программы «Новости» и «Контрольная закупка»). Относя «Званный ужин» к типу развлекательных передач, информант пишет: «Это не только развлекательная программа, но и познавательная. Учусь готовить». Даже в оценке скандального проекта ТНТ «Дом-2» такой тип дискурсивной личности будет исходить из оценок информативности.

Называя наименее привлекательные передачи, реципиент отвечает на вопрос «Что в данной программе вам кажется наименее привлекательным?» следующим образом: «Бесполезность». Отрицательно оценивая «Кулинарный поединок» (ТНТ) ЯЛ этого типа выделяет в качестве значимого параметр: «Там люди неаппетитно готовят».

Тематический приоритет при выборе программы проявляется и в дифференцированном характере оценок этого аспекта программ: «Сочетание в равной мере политических и культурных новостей», «Доступная передача научных фактов», «Нестандартный научный подход к интерпретации фактов» и т.д.

Второй тип ЯЛ характеризуется актуализацией в позиции слушающего коммуникативного аспекта дискурса. Содержание коммуникации в этом случае деактуализируется, уходит на второй план, важным оказывается то, как это содержание оформляется в коммуникативных сценариях, в которых существенно важную роль играют стратегии коммуникативного поведения участников телепередачи.

В фокусе оценок такого типа дискурсивной личности оказываются модели коммуникативного поведения, в выборе программ преобладают ток-шоу и реалити-шоу, построенные на диалогическом принципе. Преобладает оценивание не содержательного аспекта, но типа коммуникативного поведения ведущего или участников телевизионных программ, способов создания эффекта общения, характер и проявления личностного интереса. Так, например, положительно оценивая ток-шоу «Такси», «Самый умный», ЯЛ этого типа отмечает: «Интересная игра ведущих»; мотивируя неприятие реалити-шоу «Дом-2», отмечает: «Участники ведут себя вызывающе, не соблюдают правила приличия»; «Шоу, показывающее всю низость культуры и огромный негатив».

ЯЛ, характеризующаяся таким типом направленности восприятия коммуникации, выделяет в качестве существенно значимого параметра коммуникации прежде всего собственно коммуникативный аспект при оценке программ разных жанров и форматов: «*Интересная игра ведущих*», «*Очень интересные ведущие*» (ток-шоу «Пусть говорят»), развлекательные программы «Женская лига», «Хорошие шутки», «Слава богу, ты пришел!»). Телевидение – это семиотически сложный тип дискурса, в котором языковой компонент является одним из совокупности используемых семиотических средств. В качестве привлекательных качеств ведущего выделяется «*Умение правильно говорить*» (Т. Канделаки, И. Ургант, Е. Андреева).

Третий тип дискурсивной личности характеризуется комплексностью восприятия. При этом при оценке разных типов программ внимание направлено на разные их аспекты. Один и тот же информант при определении мотивов выбора той или иной конкретной передачи называет мотивы, актуализирующие разные аспекты коммуникативного акта: с одной стороны, информативность: «*Иногда полезные советы*» («Принцип домино»), «*Информативность и независимость*» («Сегодня» и «Чрезвычайное происшествие»); с другой стороны, эмоциональное ощущение удовольствия при просмотре программы: «*Мультфильмы – психологическая разгрузка*». Комплексность признаков коммуникации, актуальных для данного типа языковой личности, проявляется и при оценке одной телевизионной программы. Так, например, неприятие «Фабрики звезд» мотивируется реципиентом следующим образом: «*Безнравственность*» и «*Повторяемость*»; программы «Снимите это немедленно» – «*Бесмысленность и бесполезность*» и «*С моей точки зрения – довольно унижительно*».

В комплексе оценок коммуникативной модели телевизионных программ значимое место в оценках студенческой аудитории занимает этический аспект. В фокус активных этических оценок попал затянувшийся проект «Дом-2», причины неприятия прежде всего этические: («*Какой-то разврат!*»), развлекательная программа «Камеди-клуб» отвергается также прежде всего по этическим мотивам.

¹ Harris Z.S. Discourse analysis // Language. 1952. Vol. 28. P. 1–30; P. 474–494.

²См. работы: Grice H.P. Further notes on logic and conversation // Syntax and Semantics. Vol. 9: Pragmatics. N. Y., 1978. P. 113–127; Grice H.P. Logic and conversation // Syntax and Semantics. Vol. 3: Speech Acts. N. Y., 1975. P. 41–58.

³ *Bach K., Harnish M R. Linguistic Communication and Speech Acts. Cambridge, MA, 1979.*

⁴ *Караулов Ю.Н., Красильникова Е.В. Русская языковая личность и задачи // Язык и личность. М., 1989. С. 3–9.*

⁵ *Беспамятнова Г.Н. Языковая личность телевизионного ведущего: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 1994.*

⁶ *Чернышова Т.В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. Барнаул, 2005.*

⁷ *Иванцова Е.В. Феномен диалектной языковой личности. Томск, 2002; Гынгазова Л.Г. Жанр оценки в языке личности // Проблемы лексикографии, мотивологии, дериватологии. Томск, 1998. С. 40–49, см. также работу: Лютикова В.Д. Языковая личность и идиолект. Тюмень, 1999.*

⁸ *Обоснование такого подхода см. в работе: Голев Н.Д. Лингвотеоретические основания типологии языковой личности // Лингвоперсонология: Типы языковых личностей и личностно ориентированное обучение. Барнаул; Кемерово, 2006. С. 7–27.*

⁹ *Опыт описания языковой личности. А.А. Реформатский // Язык и личность. М., 1989. С. 149–212.*

¹⁰ *См.: Седов К.Ф. Становление языковой личности в онтогенезе // Языковая личность и семантика. Волгоград, 1994. С. 104–105; Внучкова Т.Н. Профессиональный аспект типологии языковой личности // Лингвоперсонология: Типы языковых личностей и личностно ориентированное обучение. Барнаул – Кемерово, 2006. С. 112–121; Пушкин А.А. Прагмалингвистические характеристики авторитарной языковой личности: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Чебоксары, 1992. 16 с.*

¹¹ *Ср., например, выделение орфографической языковой личности: Татаринцева Е.Н. Портреты коллективной и индивидуальной русских орфографических языковых личностей (на материале эксперимента) // Лингвоперсонология: Типы языковых личностей и личностно ориентированное обучение. Барнаул; Кемерово, 2006. С. 37–47.*

¹² *Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. С. 136–137.*

¹³ *Карасик В.И. Этнокультурные типы институционального дискурса // Этнокультурная специфика речевой деятельности: Сб. обзоров. М., 2000. С. 37–64.*

¹⁴ *Резанова З.И. Языковая картина мира: предмет и методы исследования // Резанова З.И., Ермоленкина Л.И., Катунин Д.А., Мишанкина Н.А. Дискурсивные картины мира: теория и практика социолингвистического исследования. Томск, 2006. 52 с.*

¹⁵ *Мишанкина Н.А. Анализ дискурса Интернет-коммуникаций // Резанова З.И., Ермоленкина Л.И., Катунин Д.А., Мишанкина Н.А. Дискурсивные картины мира: теория и практика социолингвистического исследования. Томск, 2006. С. 29*

¹⁶ Там же.

¹⁷ *Ермоленкина Л.И. Анализ дискурса современного коммерческого радио // Резанова З.И., Ермоленкина Л.И., Катунин Д.А., Мишанкина Н.А. Дискурсивные картины мира: теория и практика социолингвистического исследования. Томск, 2006. С. 52, 35.*

LANGUAGE PERSONALITY IN INSTITUTIONAL DISCOURSE: LISTENER'S PERSPECTIVE

Z.I. Rezanova
Tomsk State University

The article presents the analysis of the listener's perspective in institutional discourse, the interpretation of communicative characteristics of a language personality that are revealed in a certain type of discourse activity – perception and interpretation of speech products of entertainment mass media. The analysis is based on the notion of discursive worldview.