

Дискурс

Дискурс — комплексное коммуникативное событие. Дискурс...является сложным единством языковой формы, значения и действия, которое могло бы быть наилучшим образом охарактеризовано с помощью понятия коммуникативного события или коммуникативного акта.

Дискурс

- Дискурс — это текст, вербальный продукт коммуникативного действия. Дискурсом мы называем текст, образовавшийся в процессе его саморазвития и самопорождения, когда смысл “на выходе” становится адекватным замыслу отправителя текста

Дискурс как социальная формация

- Дискурс понимается также как некая социальная формация, социально обусловленная организация системы речи и действия.

Дискурс как социальная формация

- Дискурс как социальная формация включает в себя ресурсы, необходимые для производства текстов, и правила, регулирующие производство и восприятие текстов. Дискурсивные правила не повторяют правила языковой системы. Для описания функционирования дискурса важно различать его реальную (точнее, актуальную) и виртуальную структуры или "структуру функционирования" и "функциональную структуру".

Дискурс как социальная практика

- Дискурсивный подход делает акцент на понимании речевой коммуникации как формы социальной практики. Коммуникация не является чем-то внешним по отношению к обществу, это социальный процесс, и, следовательно, на этот процесс влияют не только лингвистические, но и другие социальные факторы. Таким образом, феномены речевой коммуникации являются социальными феноменами особого рода.

Дискурс и социальные факторы

- Дискурс обусловлен социальными факторами. Факторы представляют собой социальные условия производства и социальные условия интерпретации текстов. Они (факторы) выступают и как результат, и как средство в процессе производства и интерпретации текстов.

Элементы дискурса

- Элементы дискурса: объекты, концепты, позиции коммуникантов.
- Правила формирования объектов задают поле дискурса
- Правила формирования концептов создают сетку понятий, используемых в дискурсе.
- Правила формирования позиций коммуникантов определяют стратегии коммуникативного поведения в рамках дискурса.

Объекты дискурса

- Между объектами дискурса устанавливаются различные отношения (подобия, отличия, смежности, удаления, изменения). Различаются первичные и вторичные отношения.
- Первичные (“реальные”) — это отношения между объектами вне дискурса: между общественными институтами, технологиями, социальными формами и т.д.
- Вторичные (“рефлексивные”) отношения — это связи второго порядка, которые формируются в самом дискурсе и могут не совпадать с первичными.

Концепты

- Концепт — это “зародыш”, зернышко” смысла “устойчивый сгусток смысла”
- Концепт может рассматриваться как смысловое образование, принадлежащее структурам ментальности, мышления, языковой системы.
- В. В. Колесов считает, что “система концептов и есть ментальность, явленная в категориях и формах родного языка”.
- Концептуальный смысл может реализоваться как образ, понятие, символ.
- Концепты позволяют формировать “действительность” так, как ее представляет дискурс.

Виды дискурсов

- Дискурсы классифицируются по различным критериям:
- Тематический или институциональный критерий (политический, спортивный, медицинский, военный и др.)
- Критерий идейно-идеологических позиций субъектов речи (среди политических либеральный, консервативный, коммунистический).

Виды дискурсов (продолжение)

- Личностно-ориентированный и статусно-ориентированный;
- По способу общения (информативный и фасцинативный, содержательный и фатический, ритуальный и обыденный, протоколируемый и непротоколируемый);
- По каналу общения (устный и письменный, виртуальный и реальный).

Медиадискурс

Медиадискурс – открытое, динамично развивающееся коммуникативное пространство, представленное каналами массовой информации.

Основные характеристики медиадискурса: нелинейность, открытость, поликодовость.

Медиатекст – часть процесса медиакоммуникации.

Медиатекст

- медиатекст как «коммуникационный конгломерат (Я. Н. Засурский), поликодовый, креолизированный, мультимодальный феномен». нский)

Характеристики медиатекста

- интертекстуальность, паратекстуальность, метатекстуальность, гипертекстуальность, текстовая смешанность (Казак); эмоциональность, мультипликационность (клиповость), персонифицированность, полифункциональность рамочной композиции (Антонова); утилитарность (Коньков), массмедийность (Полонский)