УЧЕБНЫЙ И МЕДИЙНЫЙ ДИСКУРСЫ: ТОЧКИ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ

М.А. Булавина

Кафедра русского языка медицинского факультета
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

Статья посвящена выявлению зон взаимодействия учебного и медийного дискурсов.

Современное информационное общество — это общество власти медиадискурса. Включенность медиа во все сферы коммуникации настолько велика, что, по мнению исследователей, приходится говорить не о гармоничном вписывании его в традиционную культуру, а, напротив, «об адаптации всей системы культуры к становящемуся глобальным информационному пространству» [14. С. 39]. И вот уже беллетристы пишут романы-клипы (В.В. Зуев. Черный ящик: Роман-клип), а также повести и очерки в стиле «.Ru» и «Message» (А. Иванов. Message: Чусовая), заседания некоторых государственных органов показывают как шоу, а реклама проникает во все сферы жизнедеятельности человека и становится одним из самых востребованных прецедентных текстов.

Научный и педагогический дискурсы не исключаются из этого всеобщего процесса. Вопрос о медиализации (медитизации) сферы образования все чаще обсуждают философы [14. С. 3], культурологи [13], психологи и педагоги [1. С. 15]. Однако данная проблема, как нам представляется, имеет не только социальный, философский, но и лингвистический аспект.

Учебный и медийный дискурсы — это два сообщающихся сосуда, поскольку у них есть целый набор признаков, объединяющих их: функции, институциональность, каналы и коды общения. Поэтому на каждом конкретном этапе развития этих дискурсов важным становится соотношение их общих и различительных (интегральных и дифференциальных) признаков, их количественный и качественно-содержательный состав.

Предметом рассмотрения в данной статье является письменный учебный дискурс, представленный прежде всего жанром учебника. В качестве дополнительного материала рассматривается устный учебный дискурс в жанре лекции, некоторые жанры устного медийного общения. Предлагаемый в статье материал имеет преимущественно описательно-констатирующий характер, ибо задача начального этапа исследования — фиксация явления, на следующих этапах — его детальный анализ.

Обозначим несколько точек пересечения, актуальных, по нашему мнению, для современного медийного и учебного дискурсов: ценностный вектор, диалоговый тип коммуникации, диффузность жанров, общность и разнообразие репертуара жанров, общность стратегий, тактик и тактических (коммуникативных) ходов; степень выраженности адресации.

Ценностный вектор на сегодняшний день в обоих дискурсах (с разной степенью явленности) сместился в сторону утилитарности, полезности информации,

представленной в них, в сторону формирования потребительского отношения к жизни, стремления субъектов к комфорту и удобству. С одной стороны, в СМИ, по мнению философов, культурологов, «оценочные категории истины и правды уступают место прагматической полезности и политической целесообразности» [11. С. 18]. С другой стороны, система образования, признавшая, что «примитивизация уровня образования, снижение его до уровня масскульта — опаснейшая вещь» [15. С. 13], находится в поисках баланса между ценностями общества потребления и запросами интеллектуалов: «Высшая гуманитарная школа ведущих стран мира пытается заново осознать свое назначение на грани парадокса: ... как воспитывать культурную элиту для «массового» демократического общества?» [2. С. 109]. В этих условиях учебный дискурс, как один из наиболее консервативных, в целом сохраняет ориентированность на высокие общественные идеалы и ценности, с помощью различных тактик и тактических ходов школьников (студенты свой выбор уже сделали) убеждают в значимости изучения основ наук: *Для того чтобы помочь старшекласснику стать речевой личностью, а в конечном счете — современным человеком, и создана эта книга. Не будем убеждать читателя в том, что язык Пушкина, Гоголя и Достоевского — главный речевой ориентир. Не будем и отрицать того, что без знания рок-культуры, техники, без увлечения спортом подлинно современный человек непредставим. Но нужно отдавать себе отчет и в тех процессах, непростых, а зачастую мучительных, которые переживает сегодня общество и важнейшее средство его интеллектуального бытия — язык. Вот почему нет сегодня более насущной для становления нации в ее новом качестве дисциплины, чем культура речи.* Однако в учебном дискурсе в качестве аргументов необходимости изучения той или иной дисциплины, теории, концепции все чаще подчеркивается мысль о практической полезности знаний: *Деловой стиль должен быть нам знаком, поскольку каждому придется писать заявление, резюме*. Целью изучения того или иного элективного курса в средней школе нередко объявляют подготовку к сдаче ЕГЭ. Очевидно, что введение ЕГЭ в качестве основной формы итоговой аттестации обучающихся за курс средней школы значительно повлияет и на целевые, в том числе и ценностные, установки базовых и профильных курсов.

Жанровое многообразие. Как в сфере массовой информации, так и в учебно-научной сфере стремительно увеличивается репертуар жанров. За последние годы СМИ пополнились такими жанрами, как эксперимент, рейтинг, анкета, блиц-портрет, рекомендация, прогноз, версия, социологическое резюме, легенда, игра, сатирический комментарий [22. С. 62], статья-исследование, колонки, мнения, версии, заметки по поводу [9. С. 286]. В учебно-научной сфере также заметны жанровые новообразования: портфолио, презентация, буклет, творческое досье. В формах учебных занятий это лекция с элементами видео, видеоурок, урок-дискотека, урок-суд, урок-ток-шоу. Показательным примером взаимодействия медийного и учебного дискурсов является жанр эссе. Наблюдения за процессами жанрообразования и функционирования жанров в сфере массовой коммуникации позволили Л.Г. Кайде говорить об эссеизации современной газетной публицистики и вирусе «эссе» в современном медиапространстве [8. С. 294; 9]. Своеобразное представление жанра эссе с помощью медицинских терминов (*вирус, симптомы болезни*)

с очевидностью показывает авторскую позицию. Сомнения автора по поводу правомерности использования такого сложного авторского жанра, как эссе, «направо и налево», повсеместно вполне, на наш взгляд, оправданны. Добавим к этому, что и школа «откликнулась» на веяние времени, своеобразную жанровую моду: главным жанром, в котором выпускник средней школы должен изложить свои взгляды по любой учебной дисциплине в рамках ЕГЭ (задание уровня С), названо эссе.

Кроме того, на процесс формирования новых жанров и дифференциацию уже известных влияет включение в образовательный процесс технических электронных средств обучения, которые способствуют образованию особой массовой формы коммуникации обучающих и обучаемых. Всеобщность процессов порождения и передачи информации предопределила разработку коммуникационных технологий (интернет, телефония, факс, чаты, электронная почта, электронная система соавторства, вики-среда), позволяющих вести процесс обучения в новых формах [17. С. 74—77]. Отсюда и расширение жанрового репертуара учебного дискурса: телеконференции, онлайн-форумы, Википедия и т.д. Без сомнения, полифункциональность электронных средств коммуникации самым серьезным образом повлияет (уже начала влиять) на процессы сближения медийного и образовательного дискурсов.

Диффузность жанров. Как показывают исследования, «современная система жанров газеты, публицистики существенно меняется, вопрос «чистоты» жанра отходит на второй план. В итоге появляются материалы неопределенной жанровой принадлежности, объединяемые сильным личностным началом — авторским Я» [19. С. 27]. В учебном дискурсе вопросы «чистоты» жанра и «авторского начала» также актуальны.

Процесс стирания жанровых границ наблюдается как в устном, так и в письменном учебном дискурсе. Так, например, жанр лекции как устного монологического высказывания преподавателя все активнее движется в сторону диалога. Кроме того, на лекции интенсивно используются мультимедийные средства, например презентации, что позволяет говорить о смешении (о переплетении, взаимосвязи и взаимовлиянии) устных и письменных форм речи.

Проблема использования на лекции новых технических средств имеет как лингвистический, так и педагогический аспекты. Собственно лингвистический аспект требует дальнейших исследований, касающихся вопросов взаимосвязи и взаимовлияния устных и письменных форм речи. С педагогической точки зрения заранее подготовленный, красочно оформленный электронный текст для умелого лектора становится прекрасным инструментом-помощником, современным дидактическим средством; в руках же неопытного или не вполне добросовестного педагога создает условия для отказа (частичного или полного) от устной, творимой здесь и сейчас научной речи-размышления в пользу озвучивания записанного текста. И это провоцирует слушателя на изменение своей роли (обучающийся — зритель/слушатель, участник шоу), т.е. на «смотрение (не созерцание) между дел, слушание (не слышание)» [13. С. 6], списывание с мультимедийной доски (экрана) по инерции [5. С. 437]. Вероятно, именно такая возможность позволяет делать неутешительные прогнозы по поводу содержания и форм уни-

верситетской учебно-научной деятельности в ближайшем будущем: «Может быть, вскоре мы так же [под фанеру] будем читать лекции?» [14. С. 43].

Проблема стирания границ между жанрами имеет и другой аспект. Формы дискуссионного научного общения (научная конференция, научный семинар, форум ученых) в сознании субъекта массовой культуры становятся в один ряд с формами массовых развлекательных мероприятий. Соответственно, жанры, реализующиеся в рамках этих организационных форм, приобретают новое содержание и новое оформление. Например, объявление «*Фестиваль науки в РУДН — приглашаем всех на КВН!*» с очевидностью демонстрирует, с одной стороны, развившуюся многофункциональность жанра фестиваля (лексическое значение слова *фестиваль* — «широкая общественная праздничная встреча, сопровождающаяся смотром достижений каких-нибудь видов искусства» — не содержит указания на сферу науки), а с другой стороны, неразличение студентами (объявление, вероятно, готовили они) целей общения в сфере науки и в сфере массовой культуры, поскольку понятия *наука*, *фестиваль*, *КВН* оказываются здесь равноположенными.

Учебник, как один из важнейших письменных жанров учебного дискурса, также демонстрирует процесс смешения жанров. В последнее время границы между учебником, учебным пособием, практикумом становятся условными. Так, в «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» термины *учебник* и *учебное пособие* предлагаются как дублеты [20. С. 62]. Учебные пособия либо повторяют жанр учебника по целям и структуре (и тогда учебное пособие становится как бы учебником второго ряда), либо содержат по большей части материал для практических занятий или самостоятельных тренировок-тренингов. Примером может служить учебное пособие «Русский язык и культура речи», которое имеет подзаголовок «Семнадцать практических занятий», что позволяет поставить знак равенства между *учебным пособием* и *практикумом*.

Структура учебного параграфа также претерпевает значительные изменения. По мнению Е.А. Баженовой, М.П. Котюровой, предметно-логическая последовательность изложения учебного материала «подчиняется закону предметно-логической иерархии и является линейно-разветвленной» [20. С. 62]. Данное положение сохраняет свою актуальность для вузовского учебника, особенно если он написан по узкопрофессиональной дисциплине, однако в школьном учебнике, который можно считать самостоятельным жанром учебного дискурса, традиционная для него трехчастная композиция (теоретический материал — тренировочные упражнения — справочно-контрольный материал) «расплывается». В зависимости от целей и педагогических воззрений авторов компоненты учебного параграфа могут располагаться в разной последовательности. Так, теоретическая часть может не предшествовать практической, а следовать за ней (в такой структуре реализуется развивающая модель обучения: установка на самостоятельную учебно-познавательную, поисковую или частично-поисковую деятельность обучающихся); может прерываться учебно-познавательными вопросами, выделенными графически (реализуется диалоговый тип коммуникации); может быть помещена в собственно практическую часть в качестве текста упражнения для какого-либо вида анализа (например, в учебниках по русскому языку, риторике, культуре речи этот

прием используется очень часто, и текст упражнения, например «Арго», «Монолог», предлагается для речеведческого анализа); может завершать параграф в качестве итога-вывода.

Показательно, что исследователи рекламного дискурса также связывают эффективность воздействия текста рекламы с делением текста на смысловые, композиционные блоки. «Прагматическая направленность рекламного текста/дискурса проявляется через актуализацию тех элементов структуры, которые оказывают наибольшее влияние на адресата, активизируют интеллектуальные и эмоциональные реакции, вызывают необходимые ответные действия» [16. С. 7].

Подобные изменения претерпевает и вузовский учебник по общеобразовательным дисциплинам, например, таким как «Русский язык и культура речи», «Культурология», «Риторика».

Указанные модификации структуры учебника соотносятся с процессами, протекающими в медиадискурсе: установкой на поиск нового (содержания, формы); реализацией закона языковой экономии; актуализацией авторского личностного начала.

Наконец, жанры учебно-научного текста становятся объектом языковой игры. Так, в исследовании О.С. Иссерс, посвященном современным коммуникативным стратегиям в сфере общественного питания, материалом для изучения стала инструкция по составлению годового отчета, написанная в одном из жанров учебного дискурса («Самоучитель по приготовлению годового отчета (корпоративного буклета)» и оформленная в стиле «Книги о вкусной и здоровой пище» [7].

Резюмируя сказанное, отметим, что в современной лингвистике при обилии исследований в области жанра не сложилось единой точки зрения на это явление. Однако большинством исследователей признается, что речевой жанр является универсальной категорией, «исследование которой должно во многом прояснить природу дискурсивного поведения и мышления языковой личности» [18. С. 237].

Диалоговый тип коммуникации. Диалог — это средство, повышающее читаемость текста. Диалог, как нестандартное средство письменного текста, запоминается лучше. Диалог дает возможность большей индивидуализации адресата. Эти свойства диалога актуальны как для средств массовой коммуникации, так и для учебно-научных текстов. Усиление диалогового типа коммуникации в средствах массовой информации отмечается большинством исследователей в этой области [4; 20; 19]. При этом уточняется, что диалогичность является не константной, а переменной величиной, зависящей от действия экстралингвистических факторов [10. С. 291]. Примером может служить современный новостийный дискурс в электронных СМИ, построенный не на чтении текстов новостей дикторами (как в предыдущую эпоху), а на комплексе диалогов между журналистами, готовящими информацию к эфиру и сообщающими последние известия. Диалоги между журналистом в студии и журналистом, представившим материал к показу (как правило, репортаж), выполняют фатическую, этикетную функции, функцию запроса информации, установку на дальнейшее изучение ситуации (*Добрый день, Петр. Что Вам стало известно о ... ? Спасибо, Петр. Держите нас в курсе событий*). В диалогах журналистов в студии (как правило, это два журналиста) содер-

жится реакция на только что показанную картинку, сообщенные сведения. Таким образом, выстраивается система диалогов (нередко это имитация диалога) между всеми субъектами информационного сообщения.

Те же процессы наблюдаем и в учебном дискурсе. Исследователи выявили многообразные средства создания диалогичности учебно-научных текстов и широкий спектр функций диалога (полилога) [23]. Можно говорить о сложной иерархии диалогов в учебно-научном дискурсе: автор учебника — другие ученые, чья-то концепция — полемика между учеными, согласованность точек зрения — адресат; о структурированности и классификации циклов диалогичности [20].

Общность коммуникативных стратегий, тактик и ходов. В медийном и учебном дискурсах реализуются некоторые общие стратегии, тактики и коммуникативные ходы речевого воздействия. О.С. Иссерс полагает: «... нет достаточных оснований, чтобы утверждать, что в других сферах [кроме медиа] — бизнесе, политической, учебной, бытовой коммуникации — используются совершенно иные приемы и ресурсы речевого воздействия, нежели в печати, на радио и телевидении» [6. С. 23—24]. Это объясняется, во-первых, особенностями типизированной речевой ситуации, в которой создаются оба дискурса, а именно прогнозируемым возможным рассогласованием цели и результата действия и отсюда установкой на «среднего» слушателя или читателя, моделирование воздействия «путем своего рода усреднения» [12. С. 280]. Во-вторых, это связано, на наш взгляд, и с общностью типизированных интенций (сообщение, информирование, убеждение, совет, рекомендация, подсказка, забота, обещание), позволяющих в ряде случаев стратегически и тактически похоже выстраивать медийную и учебную коммуникацию. Показательным представляется сравнение некоторых примеров из рекламного и учебного дискурсов. Ср. тактики совета (реклама «Ростелекома»: *«Не думайте о цифрах — думайте о словах!*; фрагмент учебника: *Не поленитесь отработать...*); вступления на территорию адресата (реклама магазина обуви: ***Мой** мир, **мой** стиль, **мой** «Ессо»*; клишированные *мы/наше*-конструкции учебного дискурса: *Что **нас** больше всего волнует в нашей повседневности? Конечно же, **наши** отношения с другими людьми*); тотальной гиперболизации (реклама страховой компании: *«Спасские ворота»: страхуем **все**;* фрагмент учебника: *В знаменитых строках «Евгения Онегина» **каждый** легко обнаружит написание, расходящееся с современной орфографической нормой);* игры с мотивом (апелляция к потребности адресата) (реклама шин «Мишлен»: *Шины «Мишлен» — **стремление к совершенству***; фрагмент учебника: *Современное общество нуждается **в речевой личности*** (далее — определение)... *Формированию **такой личности** служит культура речи. Речь, как визитная карточка, характеризует и **высококультурного, образованного человека,** и нищего духом, безразличного к себе и окружающим индивида. Для того, чтобы помочь **старшекласснику** стать **речевой личностью**, а в конечном счете — **современным человеком**, и создана эта книга*); эффекта обманутого ожидания (реклама компьютерного супермаркета: сначала видеоряд — герой ест яблоко и произносит: *«Лучший источник железа,* — а затем показывает на полки магазина с офисной техникой, — *магазины «Эльдорадо!»*; фрагмент учебника русского языка: ***Ни у одного из нас не возникает желания** при написании словосочетания «доброму коню» **отделить окончание** полного*

прилагательного от основы пробелом, т.е. написать это словосочетание в 3 слова. ***Но как раз так и должны были*** *писать наши далекие предки*); игры на повышение (реклама краски для волос: *Wella —* ***вы великолепны****!*; фрагмент учебного текста: ***Вы хорошо знаете****, что изучает фонетика*).

В ряде случаев учебный дискурс использует не только похожие тактики и коммуникативные ходы, но и языковые модели рекламы (Ср.: реклама стирального порошка «Тайд»: *Вы все еще кипятите? Тогда мы идем к вам!»*; фрагмент учебника: *Сразу не получается? Тогда тренируйтесь!*).

Требует специального рассмотрения вопрос о манипулятивных тактиках и стратегиях в медийном и учебном дискурсах. Проблеме манипуляции сознанием адресата в рекламном, политическом дискурсах посвящены многочисленные исследования. При широком понимании манипуляции в некоторых из них говорится о возможности ее использования в педагогическом дискурсе [21. С. 163—164].

В заключение отметим, что эффекты воздействия масс-медиа на жизнедеятельность человека, и в частности на учебный дискурс, имеют двойственный — конструктивный и негативный — характер. Очевидно, что механизмы, в том числе лингвистические, этого воздействия до конца еще не вскрыты и не изучены. Однако есть основания предположить, что учебный дискурс, как и многие другие, «обречен» на видоизменение, приспособление под практику современности, но только в таком объеме, который позволит ему сохранить собственную природу.

ЛИТЕРАТУРА

[1] *Асмолов А.Г.* Психология личности: культурно-историческое понимание развития человека. 3-е изд., испр. и доп. — М., 2007.

[2] *Венедиктова Т.Д.* Университетская жизнь в координатах новых метафор // Университетский ученый в «мультиверсуме» современной культуры: Материалы конференции Российской Ассоциации выпускников Программы Фулбрайта. Ярославль, 19—20 апреля 2002. — М., 2002.

[3] *Грехнев В.С.* Информационное общество и образование // Вестник Московского университета. — Серия 7: Философия. — 2006. — № 6.

[4] *Дускаева Л.Р.* Оценка мнений о действительности в публицистике // Стереотипность и творчество в тексте: Межвузовский сборник научных трудов / Под ред. И.П. Котюровой. — Вып. 7. — Пермь, 2004.

[5] *Жилякова Н.В.* Плюсы и минусы лекций-презентаций // СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды: Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Журналистика в 2007 г.». — М., 2008.

[6] *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. — М., 2008.

[7] *Иссерс О.С.* «Жанровые метаморфозы» в аспекте стратегии отстройки от конкурента // Современная языковая ситуация в свете лингвокреативной деятельности: Материалы Международной научной конференции «Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива». 24—25 апреля 2008 г. — Екатеринбург, 2008.

[8] *Кайда Л.Г.* Эссе и эссеизация современной газетной публицистики // Язык массовой и межличностной коммуникации: коллективная монография. — М., 2007.

[9] *Кайда Л.Г.* Эссеизация публицистики: анализ в аспекте композиционной поэтики // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Материалы II Международной научной конференции. Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, 14—16 февраля 2008. — М., 2008.

[10] *Клушина Н.И.* Публицистический текст в новой системе стилистических координат // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Материалы II Международной научной конференции. Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, 14—16 февраля 2008. — М., 2008.
[11] *Кузнецов В.Г.* Влияние СМИ на изменение традиционного понимания социализации // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Материалы II Международной научной конференции. Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, 14—16 февраля 2008. — М., 2008.
[12] *Леонтьев А.А.* Психология общения: Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. 4-е изд. — М., 2007.
[13] Массовая культура: Учебное пособие / К.З. Акопян, А.В. Захаров, С.Я. Кагарлицкая и др. — М., 2004.
[14] *Миронов В.В.* Современное коммуникационное пространство как фактор трансформации культуры и философии // Вестник Московского университета. — Серия 7: Философия. — 2006. — № 4.
[15] *Пассов Е.И.* Русское слово в методике как путь в мир русского слова, или Есть ли у методики будущее? / Выступление на XI конгрессе МАПРЯЛ, Варна, 17—21 сентября. — СПб., 2008.
[16] *Пели Е.* Коммуникативно-прагматический анализ коммерческих газетных, журнальных реклам. АКД. — М., 2003.
[17] *Романов А.А., Васильев Г.А.* Массовые коммуникации: Учеб. пособие. — М., 2009.
[18] *Седов К.Ф.* Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. — М., 2004.
[19] *Солганик Г.Я.* Общая характеристика языка современных СМИ в сопоставлении с языком СМИ предшествующего периода // Язык массовой и межличностной коммуникации: Коллективная монография. — М., 2007.
[20] Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М., 2006.
[21] *Сурикова Т.И.* Этический аспект языка СМИ // Язык массовой и межличностной коммуникации. — М., 2007.
[22] *Тертычный А.А.* Трансформация жанровой структуры современной периодической печати // Вестник МГУ. — Серия 10: Журналистика. — 2002. — № 2.
[23] *Чернявская В.Е.* Интерпретация научного текста: Учебное пособие. Изд. 4-е. — М., 2007.

EDUCATIONAL AND MEDIA DISCOURSES: THE POINTS OF CROSSING

M.A. Bulavina

Russian Language Department
Medical Faculty
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklay str., 6, Moscow, Russia, 117198

The article's intention is to reveal some spheres of crossing educational and medial discourses.