

i russkih televizionnyih peredach : dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2008.

9. Ugolovno-protsessualnyiy kodeks Rossiyskoy Federatsii [Elektronnyiy resurs] // Konsultant-Plyus: spravoch'naya pravovaya sistema. URL : [http://www.consultant.ru/popular/upkrf/11\\_1.html](http://www.consultant.ru/popular/upkrf/11_1.html).

10. Sheygal E.I., Deshevova V.V. Agonalnost v kommunikatsii: struktura ponyatiya // Vestn. Chelyab. gos. un-ta. Ser. : Filologiya. 2009. № 34. S. 145–148.

### *Correlation of agonality and the category of strange in the court discourse*

*There is considered the agonality as one of the basic aspects of the category of strange in the court discourse. There are researched the ways of correlation of agonality and the category of strange, revealed the strategies and the tactics of court discourse participants relevant to this correlation.*

Key words: *agonality, court discourse, strange, communicative category, communicative strategy, communicative tactics.*

(Статья поступила в редакцию 12.09.2014)

**М.М. БИЧАРОВА, М.В. ПАРШИНА**  
(Астрахань)

### **ЖАНРОВАЯ НОМИНАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПРОТИВОРЕЧИЯ**

*Освещается тема жанрового многообразия текстов массово-информационного дискурса. Констатируется проблема выделения отдельных жанров и сложных полижанровых образований, которая остается актуальной ввиду сложности и многоаспектности как самого понятия «жанр», так и всей системы медийного дискурса.*

Ключевые слова: *текст, жанр, массово-информационный дискурс, критерии жанровой дифференциации, гипержанр, жанроид, полижанровая организация текста.*

Текст как один из составляющих компонентов массово-информационного дискурса печатной прессы занимает отдельную нишу в лингвистических исследованиях. В научных кругах непрерывно проводятся исследо-

вания текстов дискурса СМИ, ведутся работы по определению его конститутивных признаков, предпринимаются попытки систематизации и характеристики отдельных его разновидностей, характеризуются те, которые, по мнению отдельных ученых, являются принципиально значимыми. Текст медийного дискурса рассматривается как сложное общезначимое современное и актуальное образование, которое создается и распространяется посредством новейших технических средств, обладает рядом риторических и стилистических особенностей и характеризуется привязанностью к каналу передачи, смешением устной и письменной речи, «коллективностью» создания и «интерпретации значительного объема словесности, лежащей вне сферы СМИ» [7, с. 23].

Применительно к массово-информационному дискурсу термин *текст* употребляется как в широком смысле, так и в узком смысле слова. Это и речевое сообщение, сопровождаемое музыкой, изображением, танцем, взаимодействующее с названными семиотическими системами и образующее в результате этого взаимодействия цельную коммуникативную структуру, и собственно речевое сообщение в отрыве от параллельного использования других знаковых систем [17, с. 169]. Процесс порождения массово-информационного текста предполагает коллективное творчество и представляет собой «единый целостный поток социальной информации, системное образование» [8, с. 9]. В связи с этим некоторые авторы считают, что для большей части медийных текстов не характерна сугубо индивидуальная авторская интенциональность, свойственная, к примеру, художественному тексту, тексту научной статьи [7, с. 24]. Интенция автора, по мнению этих исследователей, выражается не в его личном стремлении создать определенное произведение, а в намерении целого авторского коллектива, редакционной группы, которое, в свою очередь, продиктовано потребностями аудитории.

В качестве доминирующего признака текстов СМИ ученые выделяют его институциональность. Обусловленность социокультурной ситуацией, с одной стороны, и способность (в определенных пределах) вызывать изменения этой ситуации, с другой, и определяет особенность коммуникации в СМИ. В содержании текстов СМИ выделяются институциональные характеристики, выражающие социальный опыт, обобщенный и опосредованный органами массовой информации на осно-

ве определенных идеологических принципов. «Сущностные институциональные черты можно выделить посредством статистического фиксирования повторяющихся характеристик текстов в большом потоке массовой информации. Выделенные таким путем качества текстов образуют относительно инвариантную во времени структуру информационных и ценностно-нормативных компонентов всего потока сообщений, “модель мира”, которая в течение длительного времени формирует представления, убеждения, стереотипы, критерии оценки и эталоны поведения большого числа людей» [8, с. 28]. А.В. Олянич, констатируя факт принадлежности дискурса СМИ к институциональному дискурсу, в качестве его главной задачи определяет воздействующую функцию, поскольку «манипулирование сознанием, прежде всего, означает попытку замены знания неким фантомом, внедрение которого выгодно по тем или иным причинам (прежде всего для поддержания власти) социальным институтам» [14, с. 76].

Сопряженность дискурса СМИ с ценностным знанием характеризует его природу как аксиологическую, содержащую три вида базовых когнитивно-информационных составляющих, а именно: событийную, фактическую и новостную, которые находятся в состоянии взаимного контакта – пересекаются и дополняют друг друга. При этом такие концепты, как «событие», «факт» и «новость», будучи центральными конституентами этих информационных пластов, являются информативным ядром коммуникативной ситуации в целом, отражаемой массово-информационным дискурсом [14, с. 87]. Будучи по природе своей явлением интегративным, дискурс СМИ распадается на множество подтипов и жанров, стремительно меняющихся в новых типах коммуникативной среды – прежде всего в электронных средствах массовой информации.

Каждое произведение, входящее в состав системы массово-информационного дискурса, имеет набор определенных характеристик, которые могут возникать либо относительно произвольно, когда автор не задумывается над тем, каким должен быть его текст, либо в результате специальных творческих усилий автора, когда он заранее определяет, что должно быть отображено в тексте, как именно и с какой целью. Однако в любом случае те тексты, которые обладают схожими качествами, можно объединить в отдельные жанрообразующие группы. Основным критерием подобного объединения должны стать существенные признаки публикаций, включаемых в какую-

либо устойчивую группу. После того как определен объединяющий признак (или признаки), его называют «жанровым признаком», а группу объединенных им публикаций – «жанром» [16].

Принципиально важным для лингвистов сегодня является вопрос жанровой дифференциации печатных СМИ и критериев, позволяющих установить устойчивые признаки отдельных видов жанров. Дифференциация информационного материала, отображаемого в дискурсе СМИ, по жанрам основывается на целом ряде принципов деления. Главным, по мнению большинства ученых, является принцип дифференциации коммуникативных целей, весь спектр которых направлен на расширение диапазона воздействия на аудиторию. А.А. Третьичный отмечает, что «целевая установка является важным жанрообразующим фактором. Разнообразие целей, которые журналисты ставят перед собой при создании конкретных публикаций, предопределяет большое разнообразие качеств этих публикаций, а значит, создает основу для отнесения их в разные жанровые группы. В то же время совпадение некоторых целей разных публикаций при наличии качеств, «рожденных» в них другими жанрообразующими факторами, может придавать этим публикациям некие «родственные» черты, объединяющие тексты, относящиеся к разным жанровым группам» [16]. По Э.Г. Багирову, основными классификационными признаками могут служить три дискриминатора: тематика (содержательность), функциональная направленность и степень условности, а именно: что освещается, зачем (для чего) и как [1].

Помимо этого на формирование качеств текста, позволяющих отнести его к тем или иным жанровым группам, в определенной мере влияют использованные при подготовке публикаций методы постижения реальности [5, с. 3–21], классификация которых представлена в работах различных исследователей следующим образом:

- фактографический метод, представляющий собой фиксацию наиболее зримых («опознавательных») черт предмета отображения и предназначенный для сообщения фактов;
- методы рационально-теоретического отображения предмета, необходимые при выявлении взаимосвязей предмета, причин, следствий, их оценке, прогнозе их развития, что находит применение в интерпретации фактов и событий;
- методы художественного обобщения, которые необходимы для образно-публицистического раскрытия фактов и событий.

Эти методы отображения действительности передаются соответственно в относительно устойчивых видовых группах, объединяющих жанры СМИ, выделенных большинством ученых на основании преобладания тех или иных жанрообразующих признаков: первую группу традиционно составляют информационные жанры, включающие интервью, репортажи, заметки, оперативные сообщения, видеосюжеты; вторую – аналитические или аналитико-публицистические, в которых выделяются статьи, рецензии, аналитические обзоры; третью – документально-художественные или художественно-публицистические, содержащие зарисовки, очерки, эссе, фельетоны (Б.А. Зильберт, Г.И. Юрова, Е.В. Королькова, М.Р. Желтухина, Е.М. Чекалина, Г.В. Кузнецов и др.).

В основе содержания информационного жанра принято выделять сообщение, фиксацию факта как явления. Определяющим признаком аналитического жанра является интерпретация фактов, их обсуждение, анализ, обобщение, в результате чего рождается теоретическое знание о сущности фактов. Б.А. Зильберт, указывая на различие и сходство информационного и аналитического жанров, пишет: «Различение материалов информационных и аналитических базируется на онтологической противоречивости факта, структура которого включает как изменчивость в актуальном – предмет информации в чистом виде, так и процессуальность, тенденции развития – предмет аналитических материалов. <...> Объединяет жанры первой и второй группы и противопоставляет их третьей форма раскрытия содержания – прямая, понятийная, необразная, но в аналитических жанрах часто эмоционально насыщенная. В третьей группе жанров акцентируется специфически журналистский показ социальных характеров, типов с элементами художественной образности» [8, с. 84]. К отдельной межвидовой группе жанров относят тексты объявлений, рекламы, писем в редакцию [6, с. 134].

Существуют жанры дискурса СМИ, классифицирующиеся по объему и скорости распространения информации. К ним относят экстренные сообщения, сводки, ежедневные или еженедельные, ежемесячные обзоры основных информационных сообщений, доклады, аналитические записки [Там же, с. 144].

В.П. Семенов выделяет жанры печати по степени выраженности информативной или воздействующей функций. Так, к первой группе с максимальным проявлением информативной функции он относит заметку, прямой информационный отчет, интервью. Вторая груп-

па (с равнозначным проявлением информативной и воздействующей функций) включает в себя, по В.П. Семенову, корреспонденцию, статью, обозрение, рецензию. В третью группу (с максимальной выраженностью воздействующей функции) входят передовая статья, очерк, фельетон [12, с. 221–222].

В монографии М.Р. Желтухиной предлагается классификация жанров массово-информационного дискурса «по характеру ведущей интенции по аналогии с политическим дискурсом», рассматриваемым в исследовании Е.И. Шейгал. На данном основании выделяются следующие жанры: «ритуальные / эпидейктические с доминированием интегративной фатики (инаугурационная речь, юбилейная речь, поздравительная речь, традиционное радио/телеобращение); ориентационные / информационно-прескриптивные (партийная программа, конституция, послание президента о положении в стране, отчетный доклад, указ, соглашение); агональные (лозунг, рекламная речь, предвыборные дебаты, парламентские дебаты)» [5, с. 144].

Вполне определенные жанровые качества текстов могут возникать и тогда, когда одни из них будут освещать, так сказать, «первичную реальность» (различные предметные, онтологические ситуации, практические действия, процессы), а другие — «вторичную реальность» (информационные явления: книги, фильмы, телепередачи и т.п.), третьи – и то и другое.

Только первую группу явлений освещают, например, «аналитические» (в узком смысле этого слова) статьи и корреспонденции, только вторую – обзоры печати, рецензии, литературно-критические статьи. И первую, и вторую группы явлений освещают «постановочные» корреспонденции и статьи, обозрения, комментарии, а также публикации информационных жанров [16].

В жанровой дифференциации массово-информационного дискурса стиль является одной из значимых особенностей ее формирования. «Стиль входит как элемент в жанровое единство высказывания. <...> Где стиль, там жанр, отмечает М.М. Бахтин. Переход стиля из одного жанра в другой не только меняет звучание стиля в условиях несвойственного ему жанра, но и разрушает или обновляет данный жанр» [2, с. 255, 257]. Массово-информационный дискурс находится под влиянием различных функциональных стилей (официально-делового, научного, художественного и т.д.). Столь объемный спектр объясняется, прежде всего, широкомасштабным охватом самых разнообразных сторон жизни, для которых им выработаны определенные стилевые разновидности. На-

пример, научное содержание, регулярно воплощающееся в стиле научной прозы в подобающую ему форму научного изложения, попадая в сферу массово-информационного дискурса, неизбежно эту форму в очень большой мере утрачивает, видоизменяя ее в соответствии с требованиями массово-информационного стиля.

По признаку стилистической неоднородности Г.Н. Колесник предлагает выделять три группы жанров. Первая группа признается наиболее стилистически устойчивой и характеризуется традиционными средствами выражения, терминологичностью и эмоциональной сдержанностью. Сюда относятся передовые, правительственные заявления, коммюнике, официальные сообщения, интервью-диалоги, разного рода отчеты, международные обзоры. Во второй группе информативность и точность изложения фактов переплетаются с индивидуальным авторским отношением к сообщаемому. Здесь просматривается открытость к проникновению разговорных элементов, т. к. жанрам этой группы присущи, в сравнении с первой группой, повышенная экспрессивность и широкое использование образно-изобразительных средств. Эту группу составляют информационная корреспонденция, проблемный очерк, репортаж, заметка. В третьей группе жанров (дорожные очерки, очерки-репортажи, фельетоны, письма читателей) авторское отношение к сообщению проявляется значительно полнее, используются широкие возможности устно-разговорной лексики, фразеологии, синтаксических структур [12, с. 225].

Опираясь на анализ текстов газетных публикаций и результатов исследования прессы рядом ученых, М.Р. Желтухина представляет дифференциацию жанровых видов (под которыми понимается форма структурно-композиционной и лингвостилистической организации речевого материала (в пределах единой для данного жанра структурно-смысловой модели), способствующая оптимальной реализации целей и задач коммуникации) по таким параметрам, как 1) цель и задачи коммуникации; 2) особенности содержания; 3) структурно-композиционная характеристика; 4) характер аргументации; 5) лингвостилистические особенности; 6) речевое воздействие [6, с. 146].

Исследуя вопрос классификации жанров журналистики, многие ученые приходят к выводу, что ставшая классической классификация жанров А.А. Тертычного устарела и следует выдвигать новые концепции и подходы. В качестве методологического основания берутся разные параметры. Например, жанры группиру-

ются по методам сбора и обработки информации: «репортерская журналистика», «расследовательская журналистика», «комментирующая журналистика» и т.п. В качестве основания может выступить и тематика журналистского выступления: «политическая журналистика», «деловая журналистика», «детская журналистика», «женская журналистика» и т.д. По предмету отображения действительности жанры могут делиться на «авторскую журналистику», «новостную журналистику», «аналитическую журналистику» [10, с. 13].

Подобная несогласованность в определении жанров и жанровой дифференциации, как отмечают А.А. Калмыков и Л.А. Коханова, с одной стороны, говорит о том, что теория оказывается пока не в состоянии найти общие системные основания для описания многообразия жанров, а с другой – свидетельствует в пользу жанра как практического инструмента журналистской работы [9]. В действительности, отсутствие единой системы жанрового деления, а также общепринятых критериев классификации создает множество трудностей для исследователей отдельных жанров и их разновидностей. Например, словарные дефиниции жанров «обзор» ‘сжатое сообщение о связанных между собой фактах, событиях, явлениях’ [13] и «обозрение» – ‘сжатое сообщение о ряде явлений, объединенных общей темой’ [<http://tolslovar.ru>] совпадают. Однако, по нашему мнению, *обзор* более широкий жанр по сравнению с *обозрением*. Адъектив, стоящий перед словом *обозрение*, определяет его тему (спортивное обозрение, театральное обозрение и т.п.), что исключает возможность журналиста или автора выходить за ее рамки; *обзор* же расширяет границы сообщения (обзор событий недели, дня). Безусловно, различие между этими явлениями весьма условное, и нередко слова *обзор* и *обозрение* употребляются в качестве синонимов, что создает терминологическую неточность.

В научном обиходе появляются понятия, обозначающие одни и те же явления, либо разные виды жанровых образований получают единое название, несмотря на характерные отличительные признаки. Так, в исследованиях В.В. Дементьева и К.Ф. Седова мы встречаемся с понятием «гипержанр» или «гипержанровое событие», под которыми авторы понимают макрообразования, речевые формы, сопровождающие социально-коммуникативные ситуации и объединяющие в своем составе несколько жанров [4, с. 19].

Гипержанр, в отличие от простых и сложных, комплексных речевых жанров, отражает не просто «сложное» реальное событие, но такое, которое членимо на различные компонен-

ты или эпизоды, часто выстраиваемые в определенном порядке, по определенному сценарию. Ряд таких эпизодов разыгрываемого гипержанрового сценария сопровождается вербальными действиями, другие – только реальными. Таким образом, важным признаком гипержанра и гипержанрового сценария является то, что они отражают комплексное, многокомпонентное, но единое и цельное событие действительности [19, с. 134].

В системе речевых жанров К.Ф. Седова мы встречаем также термин *жанроид*. Автор определяет его как жанровый гибрид, располагающийся в пространстве между жанрами и имеющий признаки сразу двух жанров: «...текучесть, незавершенность норм внутрижанрового поведения позволяет выделить в рамках предлагаемой типологии переходные формы, которые осознаются говорящими как нормативные, но располагаются в межжанровом пространстве» [15, с. 19]. Н.Б. Лебедева, Е.А. Корюкина в своем исследовании понимают жанроид как жанровое образование, некоторыми признаками совпадающее с каким-нибудь литературным канон, другими же признаками – с другим канон или же вообще не имеющее признаков литературного жанра [11, с. 14].

В.И. Тюпа, критикуя такую сложную иерархическую систему, говорит о том, что такие «искусственные понятия» являются следствием двоякости категории дискурса: «данный термин равно применим и к единичному “акту высказывания”, и к дисциплинарному “полно стабилизаций” таких актов. Это порой приводит к существенным недоразумениям, особенно если дискурс не отграничивается от речевого жанра, вынуждая вводить целый ряд избыточных искусственных понятий: “субжанр”, “гипержанр”, “комплексный жанр”, “жанроид”. Следствием неразличения занимающих нас категорий выступает утверждение о том, будто “жанровое пространство общения имеет полевою структуру”, что справедливо по отношению к дискурсу, тогда как жанр характеризуется инвариантной структурой общения» [18, с. 40].

Автор предлагает размежевать два значения слова *дискурс* и соотнести их с понятием жанра: «Дискурс I – это единичное (монотекстовое) коммуникативное событие, обладающее инвариантной жанровой структурой текстопорождения. Дискурс II – это интертекстуальное коммуникативное пространство, как правило, разножанровое, полевая структура, ограниченная регулятивными границами социокультурных практик» [Там же, с. 40–41].

Соотнося эти дефиниции с классическим пониманием жанра М.М. Бахтина («В каждой

сфере деятельности вырабатывается целый репертуар речевых жанров, дифференцирующийся и растущий по мере развития и усложнения данной сферы» [2, с. 454]), В.И. Тюпа выражает свою уверенность в том, что то, что К.Ф. Седов называет «комплексным речевым жанром», а именно «повседневное межличностное общение» или «разговор», отнюдь не является таковым, а представляет собой социальную институцию неофициального характера, т. е. является разговорным дискурсом с неформальными, но достаточно очевидными для коммуникантов регулятивными рамками адекватного общения [18, с. 41].

Таким образом, сегодня становится очевидным, что существующих критериев недостаточно, чтобы определять жанровые границы. Комплексность, интертекстуальность, полифункциональность, универсальность и возрастающая произвольность развития жанровой системы печатных СМИ обуславливают необходимость введения новых критериев дифференциации [3, с. 30]. Наличие структурно-композиционных и стилистических признаков, называемых жанрообразующими факторами, сегодня уже не всегда позволяет отличать один журналистский жанр от другого. В зависимости от того, какой метод репрезентации использован, журналист, имея одинаковые предмет, цель и метод отображения и используя одни и те же источники информации, может выступать с публикациями о конкретном событии, явлении не только в различных жанрах, но и используя смешанные или гибридные жанры, иногда даже не подозревая об этом.

Споры относительно критериев жанровой дифференциации и иерархии текстовых разновидностей, с одной стороны, добавляют новые вопросы в достаточно сложный процесс изучения жанра и дискурса, а с другой – в определенном смысле переворачивают традиционные представления о жанрах, вводя в научный обиход использование разных терминов для одних и тех же явлений.

## Литература

1. Багиров, Э.Г. Очерки теории телевидения. М., 1978.
2. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. М., 1975.
3. Бичарова М.М. Система жанров современных печатных СМИ: принципы развития и пути трансформации // Основные вопросы педагогики, психологии, лингвистики и методики преподавания в образовательных учреждениях : сб. ст. Междунар.

- науч.-практ. конф. (Знаменск, 6 мая 2014 г.) / сост. Р.Р. Бикешева, О.В. Чувашова. Астрахань : Изд. дом «Астраханский университет». 2014. С. 24–31.
4. Дементьев В.В., Седов К.Ф. Социопрагматический аспект теории речевых жанров. Саратов, 1998.
  5. Ершов Ю.М. Методы познавательной деятельности публициста и жанры публицистики : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1987. С. 3–21.
  6. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ : моногр. М. : Ин-т языкознания РАН; Волгоград : Изд-во ВФ МУПК, 2003.
  7. Земцова Л.А. Искусствоведческая рецензия как жанр массово-информационного дискурса : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006.
  8. Зильберт Б.А. Социопсихолингвистическое исследование текстов радио, телевидения, газеты. Саратов : Изд-во СГУ, 1986.
  9. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
  10. Ким М.Н. Жанры современной журналистики. СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2004.
  11. Лебедева Н.Б., Корякина Е.А. Наивный автор как письменно-речевая личность: жанроведческий аспект // Вестн. Том. гос ун-та. Филология. 2013. № 3 (23). С. 11–23.
  12. Медведева Ю.В. Особенности употребления и перевода глагольных метафор (на материале французских и русских газетных текстов) // Научные чтения, посвященные памяти профессора В.Г. Гака : сб. ст. г. Волгоград, 27 янв. 2005 г. / сост. Н.Л. Шамне, В.П. Свиридонова, В.П. Данилова [и др.]. Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2005. С. 279–283.
  13. Общий толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tolkslovar.ru>.
  14. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса : моногр. Волгоград : Парадигма, 2004.
  15. Седов К.Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации // Антология речевых жанров. М. : Лабиринт, 2007. С. 7–38.
  16. Тертычный А.А. Жанры периодической печати : учеб. пособие. [Электронный ресурс] М. : Аспект Пресс, 2000. URL: <http://www.evarist.narod.ru/text2/01/htm>.
  17. Трошева Т.Б. Структурно-смысловая организация рассуждения в научных и художественных текстах: инвариант и варианты // Текст : стереотип и творчество : межвуз. сб. науч. тр. / Перм. ун-т. Пермь, 1998.
  18. Тюпа В.И. Жанр и дискурс // Критика и семиотика. 2011. Вып. 15. С. 31–42.
  19. Шарифуллин Б.Я. Гипержанры и гипержанровые сценарии в вербальной и невербальной коммуникации // Гуманитарные и социальные науки. 2012. № 6. С. 132–144.
  1. Bagirov, E.G. Ocherki teorii televideniya. M., 1978.
  2. Bahtin M.M. Voprosyi literaturyi i estetiki. M., 1975.
  3. Bicharova M.M. Sistema zhanrov sovremennyih pechatnyih SMI: printsipy razvitiya i puti transformatsii // Osnovnyie voprosyi pedagogiki, psihologii, lingvistiki i metodiki prepodavaniya v obrazovatelnyih uchrezhdeniyah : sb. st. Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Znamensk, 6 maya 2014 g.) / sost. R.R. Bikesheva, O.V. Chuvashova. Astrahan : Izd. dom «Astrahanskiy universitet». 2014. S. 24–31.
  4. Dementev V.V., Sedov K.F. Sotsiopragmaticheskiy aspekt teorii rechevyih janrov. Saratov, 1998.
  5. Ershov Yu.M. Metodyi poznavatelnoy deyatelnosti publitsista i zhanry publitsistiki : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 1987. S. 3–21.
  6. Zheltuhina M.R. Tropologicheskaya suggestivnost mass-medialnogo diskursa: o probleme rechevogo vozdeystviya tropov v yazyike SMI : monogr. M. : In-t yazyikoznaniya RAN; Volgograd : Izd-vo VF MUPK, 2003.
  7. Zemtsova L.A. Iskuststovedcheskaya retsenziya kak zhanr massovo-informatsionnogo diskursa : dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2006.
  8. Zilbert B.A. Sotsiopsiholingvisticheskoe issledovanie tekstov radio, televideniya, gazetyi. Saratov : Izd-vo SGU, 1986.
  9. Kalmykov A.A., Kohanova L.A. Internet-zhurnalistika. M. : YuNITI-DANA, 2005.
  10. Kim M.N. Zhanryi sovremennoy zhurnalistiki. SPb. : Izd-vo Mihaylova V.A., 2004.
  11. Lebedeva N.B., Koryukina E.A. Naivnyiy avtor kak pismenno-recheyaya lichnost: zhanrovedcheskiy aspekt // Vestn. Tom. gos un-ta. Filologiya. 2013. № 3 (23). S. 11–23.
  12. Medvedeva Yu.V. Osobennosti upotrebleniya i perevoda glagolnyih metafor (na materiale frantsuzskih i russkih gazetnyih tekstov) // Nauchnyie chteniya, posvyaschennyye pamyati professora V.G. Gaka : sb. st. g. Volgograd, 27 yanv. 2005 g. / sost. N.L. Shamne, V.P. Sviridonova, V.P. Danilova [i dr.]. Volgograd : Volgogr. nauch. izd-vo, 2005. S. 279–283.
  13. Obschiy tolkovyyiy slovar russkogo yazyika [Elektronnyiy resurs]. URL: <http://www.tolkslovar.ru>.
  14. Olyanich A.V. Prezentatsionnaya teoriya diskursa : Monogr. Volgograd : Paradigma, 2004.
  15. Sedov K.F. Chelovek v zhanrovom prostranstve povsednevnoy kommunikatsii // Antologiya rechevyih zhanrov. M. : Labirint, 2007. S. 7–38.
  16. Tertychnyy A.A. Zhanryi periodicheskoy pechati : ucheb. posobie. [Elektronnyiy resurs] M. : Aspekt Press, 2000. URL: <http://www.evarist.narod.ru/text2/01/htm>.
  17. Trosheva T.B. Strukturno-smyslovaya organizatsiya rassuzhdeniya v nauchnyih i

hudozhestvennyih tekstah: invariant i variantyi // Tekst : stereotip i tvorcestvo : mezhvuzo. sb. nauch. tr. / Perm. un-t. Perm, 1998.

18. Туупа V.I. Zhanr i diskurs // Kritika i semiotika. 2011. Vyip. 15. S. 31–42.

19. Sharifullin B.Ya. Giperzhanryi i giperzhanrovyye stsenarii v verbalnoy i neverbalnoy kommunikatsii // Gumanitarnyye i sotsialnyie nauki. 2012. № 6. S. 132–144.

### **Genre nomination in the modern media discourse: issues and contradictions**

*There is covered the theme of the genre diversity of the texts of the mass and information discourse. There is stated the issue of selecting some genres and complex polygenre formations, which is urgent for the complex and multiaspect character both of the notion "genre" and of the whole system of the media discourse.*

**Key words:** text, genre, mass and information discourse, criteria of the genre diversity, hypergenre, genroid, polygenre organization of the text.

(Статья поступила в редакцию 15.10.2014)

**А.С. ШКОТОВА**  
(Волгоград)

### **ЮНЫЙ МАГ КАК ФИКЦИОНАЛЬНЫЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ**

*Рассматриваются образные характеристики типажа «молодой волшебник» как разновидности фантастического лингвокультурного типажа «волшебник» на материале англоязычных текстов фантастического жанра. Установлены важнейшие признаки данного типажа: его появление соответствует пророчеству, он не знает о своей уникальности до определенного срока, имеет отличительные знаки, встречает наставника, у него есть антагонист, молодой волшебник обычно обладает боевой магией.*

**Ключевые слова:** лингвокультурный типаж, волшебник, ученик, фантастика, фэнтези, инициация.

На нынешнем этапе развития лингвокультурологии типаж является популярным объектом изучения (В.И. Карасик (2004), Е. А. Ярмахова (2004), О.А. Дмитриева (2005) и др.). Согласно Е.А. Ярмаховой, лингвокультур-

ный типаж может стать основой для формирования в сознании творца художественного произведения обобщенного, типического образа и воплощения этого образа в соответствующем литературном типе, т.е. типаж может быть привязан к отдельной вымышленной личности и конкретизироваться как персонаж художественного произведения, если в этом персонаже автор смог воплотить какие-либо яркие, узнаваемые представителями социума признаки. Процесс типизации личности в художественном произведении заключается в уравнивании общего и индивидуального в этой личности и представляет собой воплощение типического содержания в индивидуальные формы [4, с.105–113].

Мы определяем фантастический лингвокультурный типаж как узнаваемый образ в произведениях фантастической литературы, включающий в себя ряд соответствующих данному виду литературы характеристик, как-то: сверхъестественность, волшебность, фантастичность, вымышленность, ирреальность, обладание определенными сверхспособностями и сверхпризнаками (явными либо скрытыми), аллюзивность по отношению либо к общеизвестной фабуле или к мифологии, часто – той лингвокультуры, к которой этот образ принадлежит. Фантастические лингвокультурные типы встречаются в произведениях авторов-фантастов всех направлений и претерпевают изменения в зависимости от особенностей поджанра, в котором функционируют персонажи – типажные личности.

Неотъемлемыми действующими в данных произведениях персонажами являются волшебники – носители недоступных человеку знаний, умеющие преобразовывать действительность и принимающие зачастую непосредственное участие в жизни главного героя. Образ волшебника широко распространен в современной культуре, прежде всего в культуре англоязычных стран, где он формировался под влиянием классических английских сказаний. Изначально речь идет об артурианском цикле, одним из героев которого является Мерлин, представляющий собой эталон типажа «волшебник». Позже, под влиянием развития жанра, типаж также подвергся изменениям и дроблению на виды типажей. Следует отметить наличие нескольких типов волшебников, существующих в произведениях отдельно, противопоставленных друг другу или сочетающихся в других сюжетных комбинациях. Деление зачастую осуществляется по роду занятий волшеб-