

УДК 81'42

DOI: 10.21779/2542-0313-2024-39-4-88-96

П. А. Бахулова

Периодическое издание как макротекст полилектной языковой личности и образец регионального гендерного дискурса

*Дагестанский государственный университет; Россия, 367000, г. Махачкала,
ул. М. Гаджиева, 43а; Patimat.bakhulova@mail.ru*

Аннотация. В статье представлены результаты анализа особенностей отдельного медийного издания в ракурсе исследования коллективной языковой личности, реализующейся в дискурсе современных СМИ. Издание в целом, а также его «хронологические единицы» – отдельные номера, месячные, годовые выпуски и т. д., рассматриваются при этом как речевое произведение коллективного автора – макротекст, обладающий специфическими диагностирующими особенностями. Анализ предполагает учет различных подходов к концепции языковой личности, реализующей себя в границах современного медийного дискурса. Наблюдения конкретизируются на материале текстов издания посредством выявления преимущественного использования коммуникативных действий, прагматических установок, контактоустанавливающих приёмов. (Полилектная) коллективная языковая личность авторского коллектива журнала «Женщина Дагестана» рассматривается в контексте гендерной журналистики и лингвистики как СМИ, имеющее четко определённую феминную читательскую аудиторию. Медиадискурс в данном случае приобретает дополнительные характеристики с позиций гендерной ориентации в определенном своём сегменте. Гендерные установки транслируются авторами издания, что также служит маркером полилектной языковой личности. На материале макротекста издания выявлены и проанализированы в семантико-стилистическом, прагматическом аспектах особенности словоупотребления, метаязыковой рефлексии и контактоустанавливающих приёмов, характеризующие коллективную языковую личность конкретного медийного издания. Получены выводы, подтверждающие значение речевого поведения и коммуникационной практики коллективного автора издания как совокупной языковой личности, формирующей дискурс гендерных СМИ.

Ключевые слова: речевой субъект, коллективная (полилектная) языковая личность, сверхтекст (макротекст), гендерлект, периодическое издание, гендерные медиа, феминный дискурс, лексические предпочтения и избегания, речевые действия.

Постановка проблемы

Один из способов описания речевого портрета периодического издания представляет собой учет двух основных характеристик речевой деятельности коллективной языковой личности (речевого субъекта) [7; 12]. Речевой субъект с точки зрения медийного дискурса выступает как автор макротекста – совокупности всех текстов периодического издания, которые могут быть рассмотрены как единый текст. Все номера периодического издания при таком понимании представляют собой некий сверхтекст, который потенциально членится на различные по объёму и хронологическим рамкам части. Такой подход применяется в исследованиях медиалингвистического направления последних лет с использованием элементов дискурсного анализа [8]. Сложное совокупное понимание языковой личности коллективного автора периодического издания трансформируется в понятие «коллективная (полилектная) языковая личность», сформиро-

ванное на основе выделения ряда экстралингвистических факторов и лингвостилистических компонентов. Экстралингвистические факторы – это определённые триггеры формирования повестки периодического издания, обусловленные концептуальными установками, целевыми ориентирами, вкусовыми предпочтениями, этическими ограничениями, учетом специфических пристрастий, интересов, стереотипов целевой аудитории, соображениями коммерческого порядка и др. Лингвостилистические компоненты традиционно понимаются в лингвистике благодаря исследованиям второй половины XX века в области коммуникативной и прагмалингвистики как система речевых действий. В конкретном описании особенностей коллективного речевого субъекта, таким образом, внимание сосредоточено на системе контактоустанавливающих приемов и речевых действий, которые по своей сути являются действием посредством языка. Именно речевые действия, их индивидуальные комбинации максимально скоординированы с экстралингвистическими характеристиками периодического издания и выступают ключевыми «кодами» коммуникативно-содержательного послания речевого субъекта – коллективной языковой личности. Различные речевые действия, среди которых Л. В. Щерба, Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, Н. И. Формановская и др. выделяют сообщения, побуждения, вопросы, объявления, выражение эмоций и др., кладутся в основу описания коллективного речевого портрета периодического издания. Эти и другие речевые действия формируют речевой облик издания, определяют тональность его коммуникации с читателем, характеризуют представление о ценностных ориентирах и обрисовывают тем самым круг читательской аудитории. Также в качестве составляющих целое признаков речевого субъекта (индивидуального или коллективного характера) выступают маркеры лексического предпочтения или избегания, прагматических установок и др.

Полилектная (коллективная) языковая личность, представляющая собой способ презентации коллективной картины мира и её речевой портрет, определяется также с точки зрения социолингвистических маркеров, в том числе с позиций гендерной ориентации издания и её спецификации (женская или мужская). В том случае, если объектом описания с позиций полилектной языковой личности является женский журнал как тип печатного издания и совокупность текстов, ориентированных на гендерно обозначенного читателя, создаваемых женщинами-авторами, подобное предварение конкретного описания речевого портрета периодического женского издания как типа коллективной языковой личности становится необходимым.

Определение объекта описания речевого портрета (коллективного речевого портрета женского издания) невозможно без обращения к гендерной научной проблематике и гендерной лингвистике [3–6].

Гуманитарные исследования в сфере проявления очевидно выраженных гендерных (половых) различий, начатые во второй половине прошлого века, со временем выстроились в системный анализ проблемы с подключением психологии, социологии и лингвистики. Гендер как набор определенных социально-культурных функций пола стал основным объектом подобных исследований. При этом социум пользуется стереотипами восприятия пола и стандартами реализации женского или мужского, в том числе в речи и языке. Гендерные различия и их интерпретация в общественном сознании являются важнейшими маркерами социальной структуры человеческого сообщества наряду с другими физиологическими и общественными характеристиками. Интерес к вопросам гендера стал причиной активного развития целого ряда направлений социо- и

психолингвистики в первом десятилетии XXI века (феминистская лингвистика, лингвокриминалистика, социолингвистика пола и др.).

Ученые определяют связанные с различиями в мужском и женском речевом поведении особенности на отдельных уровнях языка: в сфере семантики, динамики речевого поведения, перераспределения социальных функций в обществе, а также описания особенности языкового поведения женщин и мужчин с точки зрения психолингвистики и др. [5].

Лингвисты считают, что в гендерной лингвистике под данным углом зрения можно анализировать все области языка – как системы, так и функционирующего организма [4; 6], т. е. рассматривать вопросы и языка, и речи. Гендерные отличия отмечены в специализированных печатных изданиях, так называемых «женских» и «мужских» журналах. Этой теме посвящен ряд современных социологических и лингвистических исследований [10; 11], где формируются определённые стандарты для настоящих мужчин и женщин: «Цель мужских и женских журналов – сформировать и продвигать гендерные стереотипы, характерные для нашего социума» [11].

Подобные гендерные издания выполняют определенный социальный заказ, ориентируясь на основную идеологическую установку в том или ином обществе. В современном российском обществе наиболее востребованным является набор стереотипов, связанных с привычными стандартами «настоящей женственности» и «настоящей мужественности», ориентированными на критерии двух прошедших столетий. Не приветствуется и не получает распространения новый взгляд на проблемы пола, гендерных установок, предполагающий отход от традиционного стандартного представления, что дает основание заявлять об определенной «гендерной непросвещенности» [11].

Результаты исследования

Гендерные, в первую очередь женские, журналы имеют четкий фокус на определенную читательскую аудиторию, помогают ей в формировании стереотипов (идеалов) в соответствии с такими социальными установками, как укрепление семьи, создание дома как некоего гармоничного пространства бытия, выстраивание личных отношений, ведущих к эмоциональной и материальной устойчивости, стабильности, забота о подрастающем поколении, о здоровье и гармоничном развитии детей, уход и психологическая помощь старшему поколению для формирования преемственности, личностное интеллектуальное развитие, поддержание физической формы и др. Различия внутри женской аудитории помогают варьировать данный набор посылов, но в целом он остается стандартным. В то же время необходимо отметить четко очерченную читательскую аудиторию, нацеленную на восприятие текстов издания, т. е. находящуюся с ними как бы на одной волне.

Важным с точки зрения определения специфики гендерного издания является описание особенностей дискурса на языковом уровне. Он характеризуется, во-первых, четким определением специфической читательской аудитории (или мотивированного гендерной спецификой адресата). Создатель текстов в подобных изданиях, как правило, ментально, психологически, эмоционально, поведенчески связан с адресатом: в женских изданиях авторами выступают обычно женщины. Поэтому в данном случае можно говорить о формировании определенного гендерлекта (хотя данный термин не получил в лингвистике всеобщего признания, исследователи полагают, что для его однозначного использования нет достаточного количества объективных доводов об абсолютном различии мужской и женской речи).

Вместе с тем в гендерной лингвистике принято говорить о довольно устойчивых специфических признаках различения мужской и женской речи. Феминная специфика организации речи находит определенные языковые средства для формирования феминного гендерлекта [2]. При этом специфические особенности отмечаются на лексическом уровне (избирательность, приверженность к определенным тематическим разрядам лексики, с различными коннотационными наращениями, ограничения в связи с использованием прямолинейных, грубых высказываний, стремление к реноминации, то есть переименованию объектов, склонность к определенным словообразовательным моделям, в частности с использованием деминутивов (уменьшительно-ласкательных суффиксов), различным способам выражения превосходной степени и иным приемам передачи высокого эмоционального статуса, активизации изобразительности, красочности, оценочности и др. В научной литературе отмечается склонность в феминном дискурсе к смене стилистических регистров.

Женский дискурс (феминный, отличный от маскулинного) характеризуется преимущественной нормативностью (литературностью) языка и практическим отсутствием общенной лексики, стремлением избегать терминологической лексики или её минимизировать, высоким уровнем эмоциональности, использованием аффектированной лексики, оценочных словообразовательных элементов, учетом особенностей восприятия читателем, предугадыванием оценки, боязнью быть неправильно понятой, использованием вводных конструкций с выражением неуверенности, отсутствием самоиронии и обращения к авторитетам и др. [9]. Часто применяются обороты, указывающие на личностное начало высказывания, вводные конструкции, понижающие уровень его «громкости» и категоричности, активно включаются в текст стилистические приемы и риторически организованные фрагменты.

Таким образом, опираясь на ставшие популярными и востребованными в XXI веке исследования с позиций гендерной лингвистики, можно утверждать, что и гендерно ориентированная читательская аудитория (адресат), и авторы, нацеленные на удовлетворение её интересов (в женских журналах, как правило, женщины-журналистки) формируют в текстах своих изданий специфический гендерный (женский) дискурс, определяемый не только кругом затрагиваемых тем, но и самим языком, демонстрирующим отличительные особенности на его уровнях, в первую очередь на лексическом и синтаксическом, а также коммуникативными характеристиками речи, связанными с повышенной эмоциональностью и другими особенностями.

Журнал «Женщина Дагестана» в совокупности своих текстов является макротекстом – объектом научного исследования.

Концепция издания определяется с учетом традиционных ценностей в регионе и менталитетом социума, диктующим представление о традиционных занятиях женщин, в первую очередь, реализующих себя в семье, в роли жены и матери. Также в определенной степени учитываются религиозные (исламские) установки, традиционные устои (адаты, принятые в дагестанском обществе), общегуманитарные ценности и т. д. Цель издания – укрепление в сознании читателей (читательниц) ценностных ориентиров, воспитание на положительных примерах героев. Ими являются как исторические фигуры, так и современники, которые могут носить определенный статус общеизвестности или быть «человеком из народа». Этически их жизненное кредо, как правило, должно быть безупречным, вдохновляющим, что заставляет автора использовать многочисленные приемы патетизации, гиперболизации, передачи высокого уровня эмоциональности, оценочности, яркой изобразительности.

Патетизация текста как его взволнованное риторически организованное звучание предполагает, с одной стороны, гипертрофизацию, использование высокого слога, определённой книжности высказывания. С другой стороны, пафос тесно связан с эмоциональной окраской речи, он зеркален по отношению к тем эмоциям, которые автор надеется вызвать у читательской аудитории, в связи с чем педалируется в определённой степени неестественное, излишне эмоциональное в тексте. Патетизация текстов – сугубо идеологическое высказывание, прием трансформации идеи в действие [1]. В материалах журнала «Женщина Дагестана» пафосные высказывания составляют основу текстов, в жанровом отношении представляющих собой литературные портреты, очерки и т. п. Пассажи типа *встретиться с человеком, в жизни которого понятия Долга и Судьбы переплелись настолько, насколько это было предначертано Всевышним* и другие нередко составляют их основу, балансируя на грани со стилистическим безвкусием и приверженностью к штампам. Вместе с тем формирование нравственных, этических или эстетических образцов в сознании потребителя текстового продукта медиа с неизбежностью приводит авторов к гиперболизации и эмоциональной перегруженности текста. Патетический, т. е. особенно эмоциональный, взволнованный, настрой передается с помощью не только существительных (*эталон, вклад, наследие, сокровищница, величина, одержимость* и т. д.), но и прилагательных (*огромный, неповторимый, прославленный, поразительный, необыкновенный, удивительный* и т. д.). Для усиления воздействия на читателя используются графические способы выделения – написание ключевых слов с прописной буквы: понятия *Долга* и *Судьбы*, желанием разгадать *Человека*. Усиливают эффект воздействия слова, обозначающие эмоциональные реакции, также в определенном роде гиперболизированные: *поразительное у меня чувство, невыносимая тоска, диву даёшься, депрессии, тревожность, острая тоска, невыразимое, счастье, любовь, заветные чувства*.

Патетический строй ряда текстов, в первую очередь – портретов, очерков, которые и стали основной исследовательской базой в данной работе, поддерживается такой заметной чертой, как избыточность, тавтологичность, нанизывание однородных компонентов, нередко повторяющих друг друга: *главная и основная мысль; он был близок, родственен ей; выдерживаешь ли ты общечеловеческие критерии совести, духовности, нравственности; люди живут зажиточно, богато; в ней не было корыстного, потребительного отношения к людям; стены ее аккуратной, опрятной квартиры, умение жить достойно и правильно; чтобы зритель мог узреть и прочувствовать* и т. п. Впечатление нагромождения, риторического утяжеления, ведущего к появлению пафосной тональности, производят фрагменты текста с длинными, многочисленными однородными рядами (трёх- и более компонентных и комбинированных), с параллельными однородными построениями типа *лекции были фейерверком мыслей, чувств, мастерства; в них было то, чего не хватает многим выступающим, – эмоции, экспрессия, энергия, и в то же время – блеск интеллекта, высокий научный уровень и четкая логика, ее интонации, жесты, мимика, взгляд выражали страстное желание донести до студентов мысль, приобщить их к прекрасному и доброму*.

Подобная многокомпонентность обладает, помимо пафосного звучания и неизбежных стилистических потерь ввиду своей явной речевой избыточности, значительными изобразительными возможностями.

Изобразительность – еще одна ведущая черта макротекста журнала. Авторы его стремятся максимально «раскрасить» свои тексты, используя как возможности прямой номинации с помощью изобразительных эпитетов, так и переносные средства – мета-

форы и сравнения: *облака окутывают его, как одеяло, водопад, словно коса девушки, ажурная кладка из кизяка, нити времени, творческий портфель, литература соткана из чувств, сердце девушки, по ее признанию, словно на части разорвалось от счастья, чутко прислушивающийся к дыханию своего времени, словно крупницы драгоценного золота, они сберегли неизменную чистоту; она была крепче стали; островок душевного тепла; колдует на кухне и др.*

Метафорические переносы достаточно стандартны – это сравнения и метафоры-клише, метафоры-штампы. Оригинальных, авторских образных средств в макротексте журнала очень мало. Видимо, журналисты не стремятся создавать оригинальные образы, понимая разную языковую подготовку читательской аудитории. Для усиления изобразительного эффекта авторы текстов стараются использовать многочисленные определения: относительные и качественные прилагательные – определения, изобразительные и эмоционально-экспрессивные эпитеты: *любимая работа, счастливая судьба, неординарные личности, недетская серьёзность, большое будущее, истинный талант, незатейливая мудрость, прирожденный такт, зоркий взгляд, сдержанные и одновременно яркие, неповторимые краски, иные лица – одухотворенные, сосредоточенные, глаза – распахнутые, доверчивые, чистые*. И в этом случае преобладают штампы или клише, устойчивые частотные обороты со стертым от частого употребления ярким переносным значением.

Макротекст журнала с точки зрения его лексической организации характеризуется тем, что в материалах определённой тематики используется терминологическая лексика. Безусловно, лексика данного стилистового регистра вступает в определённый конфликт с общим стилистовым строем журнальных публикаций, более близким к художественному, а не к научному или официально-деловому стилю: *степень девиантности, социальная адаптация, психоневрологические нарушения, социальный статус, эмоциональный вакуум, естественные закономерности физического и психического развития ребёнка, функционируют отделения социальной диагностики, в рамках проекта, стабильный спрос, договора о сотрудничестве*. Термины, книжная и специальная лексика делают макротекст издания отчасти полистилевым, но её ограниченное использование следует отметить как лексико-стилистическую особенность.

Так же единичны случаи использования разговорной, сниженной лексики типа *сельская девчушка, состряпать салат* и т. п. Однако подобная лексика не влияет на «стилистический климат» макротекста журнала «Женщина Дагестана» – он ориентирован преимущественно на литературную лексику.

Совокупность публицистических текстов определенного издания, созданных в том или ином жанре (жанрах), является в соответствии с принятой в лингвоперсонологии терминологией макротекстом, коллективным автором которого выступает авторский коллектив издания – полилектная (коллективная) языковая личность. В связи с этим полилектная языковая личность – один из объектов исследования лингвоперсонологии и подлежит описанию в различных аспектах: вербально-семантическом (лексическом), лингвокогнитивном и коммуникативном. В этом смысле журнал «Женщина Дагестана» является речевым продуктом полилектной (коллективной) языковой личности – его авторского коллектива. Журнал адресован женской аудитории, поднимает актуальные для них вопросы, создаётся женским авторским коллективом, следовательно, данное медиа может быть охарактеризовано как гендерно ориентированное (феминное). Его лексическо-стилистические особенности с позиции общей стратегии словоупотребления, лексического предпочтения и лексического избегания демонстрируют

ориентированность макротекста издания на нормативность и литературность, с незначительным использованием терминологической лексики, практически полным отсутствием (избеганием) жаргонной, грубой лексики, неологизмов. Единицы лексического уровня в тексте – это специфические ресурсы, используемые для реализации приёмов патетизации, гиперболизации высказывания (текста), его смысловой и структурной избыточности; яркой эмоциональности, экспрессивности, оценочности высказывания (текста); изобразительности.

Патетизация высказывания (текста) усиливается воздействием на читателя графических способов выделения – написанием ключевых слов с прописной буквы; эксплуатации слов, называющих предполагаемые «зеркальные» эмоциональные реакции, также в определенном роде гиперболизированные. Приём патетизации используется в макротексте журнала «Женщина Дагестана» для создания определенных нравственных, этических или эстетических эталонов в сознании читателя. Патетический строй ряда текстов поддерживается речевой избыточностью. Впечатление нагромождения, риторического утяжеления, ведущего к появлению пафосной, патетической тональности, производят фрагменты текста с длинными, многочленными однородными рядами.

Изобразительность – устойчивая характеристика исследуемого макротекста. Авторы стремятся максимально раскрасить свои тексты, при этом метафорические переносы остаются достаточно стандартными. Данная особенность подчеркивает ориентированность журнала на широкую читательскую аудиторию, но с неизбежностью порождает употребление многочисленных штампов.

Весь макротекст журнала формирует в сознании читателя прочные ассоциативные связи и создаёт определенный ценностный блок из необходимого набора номинативных и оценочных компонентов. Ценностный аспект подчеркнут оценочными прилагательными или качественными прилагательными с коннотативным (положительным) компонентом.

Прагматический уровень языковой личности (индивидуальной или коллективной) связан с целями, мотивами её коммуникации, её интересами и коммуникативными установками. Важную роль при организации коммуникации с адресатом-читателем играет организация контакта. Комплекс средств установления контакта с читательской аудиторией, используемый авторами макротекста издания, включает в себя восклицательные предложения, которые создают эффект присутствия взволнованного, заинтересованного автора, фиксируют внимание читателя и побуждают его к определенным речемыслительным действиям, формируют читательский отклик: *До чего же красива и благодатна природа Табасаранского района! Сама атмосфера древней земли настолько поэтична, что там не быть поэтом просто невозможно! Сколько их было, забываемых встреч! Столько наберётся разных случаев!*

Вопросительные предложения в тексте носят, как правило, риторический характер. Они множественны, формируют вопросительные серии в составе синтаксического периода: *Так в чём же сила матери? В чём её основное назначение в судьбе детей? Что же нам тогда остается?* Это позволяет авторам макротекста при использовании таких речевых действий, как рогативы (вопросительные серии) и экспрессивы, наращивать эмоциональное пространство текста, усиливать воздействие на аудиторию. В первую очередь такие «лавиноподобные» серии создают эффект обилия вопросов и проблем. Подобный приём актуализации создаёт эффект заочного диалога авторов с читателями, настраивает на размышление и поиск ответов.

Заключение

Журнал «Женщина Дагестана» в совокупности своих текстов (различных «хронологических единиц») является макротекстом – объектом научного исследования. Это гендерно ориентированное медийное издание, характеризующееся целым рядом специфических речевых, ценностных, коммуникативных особенностей, закрепляющих его статус полилектной (коллективной) языковой личности, чей речевой портрет может быть определенным образом соотнесен с феминной читательской аудиторией. Патетичность, эмоциональность, изобразительность, формирование устойчивых ценностных ориентиров и использование контактоустанавливающих средств не логической, а эмоциональной (эмоциональной, экспрессивной) природы являются доминантами в его речевом портрете.

Литература

1. Воеводина, Л. Н. Репрезентация патетического в эстетике и художественной культуре / Л. Н. Воеводина, Е. А. Безверхая // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2019. № 5 (69). – С. 69–66.
2. Воробьева, С. Ю. Дискурсивные маркеры феминной субъектности (на материале современной женской прозы) / С. Ю. Воробьева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2015. № 5 (29). – С. 159–170.
3. Дежина, Т. П. Этапы становления концепта «Гендер» в зарубежной и отечественной лингвистике: в 2 ч. / Т. П. Дежина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2017. Ч. 1. – С. 76–79.
4. Кирилина, А. В. Гендер и гендерная лингвистика на рубеже третьего тысячелетия / А. В. Кирилина // Вопросы психолингвистики. 2021. № 3 (49). – С. 109–147.
5. Зиновьева, Е. С. Современные аспекты изучения гендера в языкознании / Е. С. Зиновьева // Вестник Вятского государственного университета. 2016. № 1. – С. 74–78.
6. Кузнецов, А. М. Язык сквозь призму гендерологии / А. М. Кузнецов // Человек: Образ и сущность. Гуманитарные аспекты. 2013. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-skvoz-prizmu-genderologii> (дата обращения: 01.02.2023).
7. Неупокоева, О. В. Речевой облик периодического издания (на примере газеты «Лимонка» («Генеральная линия»); специальность 10.01.10 «Журналистика»; диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Санкт-Петербург, 2006. – 184 с.
8. Тарасова, М. С. Роль языковой личности в дискурсе СМИ / М. С. Тарасова // Вестник Московского областного педагогического университета. Серия: Отечественная филология. 2019. № 1. – С. 41–48.
9. Шатова, А. О. Гендерные особенности мужских и женских журналов. / А. О. Шатова – Ярославль, 2008. – Режим доступа: <https://gigabaza.ru/doc/119937.html> (дата обращения: 04.02.2024).
10. Шатохина, С. А. Гендерные особенности подачи информации в русских медиа на примере журналов Vogue и GQ / С. А. Шатохина // Молодой ученый. 2020. № 18 (308). – С. 452–459.
11. Шехирев, Н. В. Отражение гендерных стереотипов в современной журналистике / Н. В. Шехирев // Вопросы развития современной науки и техники. 2021. № 32. – С. 122–126.

12. Черныш, О. А. Языковая личность журналиста сквозь призму коллективного и индивидуального языкового сознания / О. А. Черныш // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии; сборник статей по материалам XXVIII Международной научно-практической конференции (г. Новосибирск, 30 сентября 2013 г.). – Новосибирск: Сибирская академическая книга, 2013. № 9 (28). – С. 53–58.

Поступила в редакцию 27 мая 2024 г.

Принята 15 июня 2024 г.

UDC 81'42

DOI: 10.21779/2542-0313-2024-39-4-88-96

The Periodical as a Macrotext of a Polylect Linguistic Personality and an Example of Regional Gender Discourse

P. A. Bakhulova

*Dagestan State University; Russia, 367000, Makhachkala, M. Gadzhiev st., 43a;
Patimat.bakhulova@mail.ru*

Abstract. This article presents the results of an analysis of the characteristics of a separate media publication from the perspective of analyzing the collective linguistic personality realized in the discourse of modern media. The publication as a whole, as well as its “chronological units” – individual issues, monthly, annual issues, etc. are considered at the same time as a speech work of a collective author – a macrotext with specific diagnostic features. The analysis involves application of different approaches to the concept of a linguistic personality reflected in modern media discourse. Observations are exemplified on the material of the publications by identifying the predominant use of communicative act, pragmatic attitudes, and contact-establishing techniques. The collective (polylect) linguistic personality of the group of authors of the magazine “Woman of Dagestan” is considered in the context of gender journalism and gender linguistics as a media outlet that has a clearly defined feminine readership. Media discourse in this case acquires additional characteristics from the perspective of gender orientation in a certain segment. Gender attitudes are conveyed by the authors of the publication, which also serves as a marker of a polylect linguistic personality. Based on the macrotext of the publication, features of word usage, metalinguistic reflection and contact-establishing techniques that characterize the collective linguistic personality of a particular media publication are identified and analyzed in semantic-stylistic, pragmatic aspects. Conclusions were obtained that confirm the importance of the speech behavior and communication practice of the collective author of the publication as a collective linguistic personality that shapes the discourse of gender media.

Keywords: speech subject, collective (polylect) linguistic personality, supertext (macrotext), genderlect, periodical, gender media, feminine discourse, lexical preferences and avoidances, speech acts.

Received 27 May, 2024

Accepted 15 June, 2024