https://doi.org/10.46991/FLHE.2026.30.2.072

# РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ДЕЙКСИСА В МЕДИАТЕКСТЕ

**Елена Ерзинкян***
*https://orcid.org/0000-0002-3930-6176*
*Ереванский государственный университет*

**Аннотация:** *Дейксис является неотъемлемой частью медийной коммуникации как одной из сфер функционирования дейктических единиц, обретающих в ней особую значимость. Уникальность этих языковых знаков заключается в том, что их значение заряжено прагматически и ситуативно обусловлено. А это в медиатексте имеет особое значение, ибо описываемые события, процессы, явления должны быть локализованы в пространстве и времени, чтобы оказывать соответствующее воздействие на реципиентов своей актуальностью, оперативностью, динамичностью, вовлеченностью и привлекательностью. В статье представлен один из подходов к изучению текста медийного дискурса, основанный на признании ведущей роли человеческого фактора в коммуникации. Раскрывается роль дейксиса в конструировании и интерпретации содержания и структуры медиатекста. Анализируется взаимодействие адресанта и адресата в медиатексте, реализуемое через категорию местоименной дейктичности, в частности, через прагма-семантический потенциал личного местоимения «мы».*

**Ключевые слова:** *медиакоммуникация, медиатекст, антропологический подход, прагматика медиадискурса, адресант, адресат, дейксис, дейктические местоимения, местоимение «мы»*

## Введение

Средства массовой информации как один из важнейших и наиболее влиятельных социальных институтов современного общества выполняют целый ряд многообразных функций: информативную, познавательно-просветительную, идеологическую, формирующую общественное сознание, развлекательную и др. Восприятие и интерпретация представленных через медиатекст явлений и

* yerznkyan@ysu.am

Received: 21/04/2026
Revised: 12/05/2026
Accepted: 02/06/2026

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

© The Author(s) 2026

событий во многом зависит от выбора автором (субъектом речи) языковых средств для выражения его основного содержания. Оказывая глубокое влияние на восприятие человеком окружающего мира, медиатекст реализует одну из своих основных функций – функцию воздействия на партнера по коммуникации через формирование и структурирование образа мира в его сознании. Влияя на когнитивные процессы восприятия информации, медиатекст задает определенный ракурс интерпретации происходящих в мире событий, явлений, процессов. Он обладает способностью манипулировать общественным мнением, используя при этом различные средства прагматического воздействия на получателя информации, включая дейктические.

Являясь категорией сугубо антропоцентрического начала и одним из классических и основополагающих аспектов прагматики, дейксис играет значительную роль в организации любого текста, тем более медийного, который должен отвечать требованиям актуальности, вовлеченности, оперативности, динамичности. Выявление закономерностей, определяющих адекватный выбор и употребление адресантом дейктических языковых единиц для достижения конечной цели – воздействия на адресата – является одной из основных задач прагматики медиадискурса.

Лингвистическая прагматика, изучая функционирование языковых знаков в речи, особое внимание уделяет взаимодействию адресанта и адресата. Как пишет Т.А. ван Дейк, «структуры медиатекстов могут быть адекватно поняты только в одном случае: если мы будем анализировать их как результат когнитивной и социальной деятельности журналистов по производству текстов и их значений» (ван Дейк, 1989, с.123). Поэтому весьма актуальным становится изучение взаимодействия автора/адресанта и реципиента/адресата в медиадискурсе. В настоящей статье рассматриваются дейктические местоимения как основное средство актуализации взаимодействия адресата и адресанта в медиадискурсе. Местоименные дейктики организуют медиатекст как структурно, так и семантически.

**Дейксис и медиадискурс: антропоцентрический подход**

Проблема человеческого начала в языке, являясь одним из принципов научных изысканий в современной лингвистике, на рубеже веков поставила в центр своих исследований языковую личность и изучение ее роли в формировании языковой картины мира [1]. Как пишет Ю.Н. Караулов, «нельзя познать сам по себе язык, не выйдя за его пределы, не обратившись к его творцу, носителю, пользователю – к человеку, к конкретной языковой личности» (Караулов, 1987, с. 7). Этим, в частности, объясняется особый интерес

к исследованию прагматической составляющей, которой отводятся ключевые позиции при изучении речевой, мыслительной и познавательной деятельности человека, что, в свою очередь, выражается в более детальной категоризации концепта *homo sapiens* во всех его ипостасях: как человек мыслящий *(homo cogens)*, человек действующий *(homo agens)*, человек работающий *(homo faber)*, человек играющий *(homo ludens)*, и, что особенно значимо в рамках настоящей статьи, как человек говорящий *(homo loquens)* и человек воспринимающий *(homo percens)*. Последние две характеристики составляют основу категории дейктичности и определяют особый интерес к ней как одной из так называемых антропологических категорий (термин Ю.Д. Апресяна).

Как представляется, развитие антропоцентрической научной парадигмы предопределило также и особый интерес лингвистов к медиадискурсу как объемному, многоаспектному и многоуровнему лингвистическому объекту, отражающему представление человека об окружающем его мире.

Главным предметом медиадискурса является социальная жизнь, в центре которой находится человек как представитель общества, и любой текст, в том числе медийный, являясь результатом когнитивной и социально-прагматической деятельности языковой личности как субъекта коммуникативного поведения, создается человеком и для человека. Последнее делает весьма актуальным рассмотрение и анализ специфики медиатекстов с точки зрения антропоцентризма как научной парадигмы. Таким образом с позиции антропоцентризма осуществляется попытка широкого подхода к интерпретации сущности медиатекста, происходит изменение ракурса его исследования и на первый план выдвигается функциональная, коммуникативно-прагматическая сторона изучаемого объекта.

Следует заметить, что медийный дискурс, рассматриваемый как сложное структурно-семантическое единство, отличается особой антропоцентричностью. Антропоцентричность эта связана с интерпретацией текста в плане его создания, восприятия и в аспекте его воздействия на адресатов, предполагая при этом рассмотрение речевого взаимодействия как с позиции отправителя сообщения (адресанта), так и с точки зрения его получателя (адресата).

Признание ведущей роли человеческого фактора в языке, исследование роли языковой личности в формировании наивной картины мира становится все более актуальным и в связи с новыми задачами, встающими перед современной *семантикой* по описанию языковых значений различных типов языковых знаков, вскрытию фундаментальных принципов их формирования

и организации, в основе которых лежат, в частности, такие базовые онтологические категории, как лицо, пространство и время.

Языковая специфика локализации человеком себя в пространстве и во времени предполагает, что деятельность человеческого сознания направлена не только на окружающий мир, но и на самого себя, а именно свое бытие в мире. Как языковая личность человек обладает индивидуальным когнитивным пространством, то есть определенным образом структурированной совокупностью знаний и представлений. Последние непосредственно связаны с ориентацией и локализацией человека в пространстве и во времени, а, следовательно, и с дейксисом как одним из средств выражения указанных категорий в языке, который опирается на положение об антропоцентричности любой картины мира и организации языкового пространства и времени именно вокруг человека. Итак, суть онтологических категорий «субъект», «пространство», «время» всегда связана с представлением о человеке. Поэтому можно говорить о том, что дейксис, обнаруживая непосредственную глубокую связь с человеком, с субъектом речи, представляет собой естественное воплощение языкового антропоцентризма.

Заметим, что наиболее полно природу человеческого фактора в языке раскрывает когнитивно-прагматическое направление в лингвистике, которое открывает новые значительные перспективы в изучении языковой личности, акцентируя внимание на ее отражении в языковых структурах. Связь между когнитивной и прагматической парадигмами является очевидной: когнитивные и прагматические аспекты не противопоставляются, а скорее представляют две разные стороны одного и того же явления (Nuyts, 1992). Обе эти парадигмы, имея в основе порождающего и интерпретирующего язык человека, естественно, должны рассматриваться в тесной взаимосвязи. Отрыв прагматики дискурса от семантики знаковых единиц языка приводит к тому, что в центре внимания исследователя оказывается не система обозначения, а процесс коммуникации. Последние, как представляется, являются взаимодополняющими и вовсе не исключают друг друга. Как отмечает У. Эко, нельзя объяснить знак вне его контекстного окружения, как и трудно объяснить, почему именно так понимается тот или иной речевой акт без осмысления самой природы языковых знаков, функционирующих в данном контексте /Eco, 1984:22/. Такое взаимодействие и «взаимодополнение» еще более принципиально, когда семантика и прагматика как бы «совмещаются» в пределах одного и того же слова, одной языковой единицы, ибо это «совмещение» становится еще более действенным, эффективным и выразительным, как это имеет место в *дейктическом* словесном знаке.

**Дейксис как компонент структуры и семантики медиатекста**

Как известно, дейксис – это особый тип языковой номинации, который реализуется в семантическом поле указания в виде удобных, экономных и рационально организованных единиц в высказывании.

Дейктические словесные знаки являются важнейшим компонентом динамической структуры медийного текста. Они принимают непосредственное участие в формировании и восприятии его структуры и содержания. Наличие в медийном дискурсе дейктических единиц организует все компоненты дискурса/ текста в единое речевое пространство *я-ты-здесь-сейчас*, которое имеет целью номинировать реальные события, сущности, явления окружающего мира относительно некоторой системы координат и, в первую очередь, основных координат речевого акта, его участников и пространственно-временных параметров ситуации общения, т.е. локализовать и идентифицировать их в ситуативном/ экстралингвистическом или дискурсивном/ текстовом контексте речевого общения и тем самым способствовать установлению эффективной коммуникации с адресатом (Bühler, 1934; Fillmore, 1997; Levinson, 2004; Ерзинкян, 2013).

Значимость дейксиса как языковой категории заключается в том, что он является системообразующим компонентом речевого взаимодействия: ни один речевой процесс невозможно представить без дейктических единиц; высказывание не может быть произнесено без указания на пространство и время, а тем более и на лицо, осуществляющее речевой акт. Исключение составляют так называемые «вневременные» (timeless) и «всевременные» (omnitemporal) высказывания типа «Солнце вращается вокруг своей оси», «Луна меньше солнца», «Коровы травоядны», «Дважды два четыре» и т. п. Как пишет Дж. Лайонз, “A timeless proposition is one for which the question of time-reference (whether deictic or non-deictic) simply does not arise: the situation, or state-of-affairs, that is described is outside time altogether. An omnitemporal proposition is one that says that something has been, is and always will be so” (Lyons, 1977, с. 680). Такие высказывания составляют абсолютное меньшинство среди тех, которые мы употребляем: в подавляющем большинстве случаев обозначение денотативной ситуации происходит в тесном взаимодействии с речевой ситуацией.

Итак, в самых общих чертах дейксис можно определить как указание на экстралингвистическую ситуацию, в условиях которой протекает речевой акт. Эта «привязанность» к ситуации речи, осуществляемая дейктическими словами, соотносит обозначаемую денотативную ситуацию с некоторой

точкой отсчета, которая способствует однозначному толкованию ситуативных характеристик того или иного высказывания [2].

Как отмечалось выше, одной из основных особенностей дейктических словесных знаков является то, что в них как-то по-своему, своеобразно, переплетаются семантика и прагматика, что находит свое отражение в самой семантике дейктического слова.

Поэтому одной из фундаментальных особенностей дейктического значения мы считаем его *многослойность*, причем – что особенно важно, поскольку именно это отличает дейктики от других словесных знаков, составляющие значение дейктиков «слои» разнородны, гетерогенны: сюда входят как семантические, так и прагматические характеристики, которые находятся в отношениях дополнительности и взаимозависимости. Кроме того, поскольку частеречная принадлежность слова связывается со специфичным для него типом содержания, представляется необходимым и обоснованным включение этой характеристики слова в его значение.

Таким образом, в дейктиках можно выделить как минимум **три пласта:** наиболее общий – это характеризуемый различными номинативными особенностями частеречный элемент значения, совпадающий с классовым значением слова, а именно субстантивность, адъективность, процессуальность и т.п**., собственно семантический**, указывающий на обобщенное лицо, место и время, и последний, наиболее специфичный, **прагматический слой**, который «состоит» из условий, при которых совершается акт речи, включающий как часть значения слова точку отсчета, относительно которой имеет место указание на объект номинации. Этот прагматический слой есть адресная «отсылка» к точке отсчета, т.е. туда, где следует искать ключ к декодированию значения слова, к тем недостающим сведениям, которые восполняются ситуацией речи (подробнее см. Ерзинкян, 2013*,* с. 76–83).

Обладая знанием специфики дейктической семантики, человек не только может выражать (кодировать) свои мысли и идеи в языке, но и адекватно декодировать содержание высказываний, улавливая всевозможные варианты значений в контексте, которые безусловно действуют на общее восприятие текста, а это в медиатексте еще более значимо, ибо основной его задачей является манипуляция, речевые стратегии которой направлены на достижение одной цели – повлиять на адресата и убедить его принять выгодное адресанту решение. Контекстуально-ситуативная обусловленность дейктического содержания составляющих медиатекст высказываний проявляется еще и в том, что они в разных речевых ситуациях могут обладать разными значениями.

Классическими примерами дейктиков являются личные и указательные местоимения, местоименные наречия места и времени. Кроме названных, имеется целый ряд лексических единиц разных частей речи (прилагательные, глаголы, производные от них существительные, предлоги), которые локализуют высказывание в пространстве и во времени относительно центра координации, способствуя организации речевого высказывания, переводу языковых единиц в речевые (подробнее см. Ерзинкян, 1979). Применительно к медийным текстам можно говорить о том, что лингвистический инструментарий дейксиса представлен в них лексическими единицами, которые идентифицируют освещаемые в медийном дискурсе лица, объекты, события, процессы в пространственно-временном контексте относительно некоторой системы координат, в качестве которой чаще всего выступает говорящий.

Включение дейктических единиц в состав высказывания означает, что в обозначаемую ситуацию включен субъект, а это приводит не только к изменению семантики высказывания, но и иначе номинирует представленную в нем ситуацию. Точка зрения познающего, мыслящего и говорящего субъекта оказывается определяющей в референциальном отнесении единиц данной языковой категории.

Следует отметить, что антропоцентризм современного языкознания ведущую роль отводит именно говорящему субъекту, благодаря которому язык превращается не только и не столько в средство коммуникации, сколько в инструмент воздействия на адресата. Сознательный отбор языковых единиц, осуществляемый одним из коммуникантов с целью речевого воздействия на другого, зависит, в первую очередь, от коммуникативной ситуации и интенции говорящего, однако он при этом непосредственно связан и с прагмасемантическим потенциалом самих языковых единиц, который особенно велик в дейктических словесных знаках, благодаря их коммуникативно-ролевой и пространственно-временной ориентации. Отсюда следует, что знание дейктического контекста (контекста ситуации) является непременным условием, обеспечивающим речевое взаимодействие коммуникантов и их взаимопонимание в процессе общения.

**Адресант и адресат – организующие центры медиадискурса**

Усложняющаяся человеческая мысль и, как следствие, усложняющиеся человеческие отношения для своего выражения находят новые формы, которые дают возможность говорящему/ адресанту более тонко реагировать на меняющиеся прагматические параметры ситуации, отразить в языковых структурах и себя как личность, и личность своего собеседника.

В медиадискурсе отправитель сообщения выступает как ключевой участник, формирующий дискурс через использование специфических языковых и структурных стратегий, это активный субъект, управляющий процессом структурирования и распространения медиатекста. Он не только представляет информацию, но и создает определенный образ автора и адресата, что влияет на восприятие содержания сообщения.

Признавая важную роль адресанта, следует отметить и не менее важное значение адресата в медийной коммуникации. В настоящее время не вызывает сомнения тот факт, что высказывание представляет собой продукт совместной деятельности как говорящего, так и воспринимающего лица, специфичность вербального общения как особого вида человеческой деятельности заключается в том, что оно всегда *интерсубъективно*. Коммуникацию можно признать успешной только в том случае, если адресат адекватно декодирует иллокутивную силу обращенного к нему высказывания (Арутюнова, 1998).

Поэтому вполне справедливо звучит мысль о том, что общение реально в том случае, когда говорящий субъект ориентируется на своего партнера именно как на партнера по совместной деятельности, т.е. как на субъект же, а не как на объект (Каган, 1988.) Именно в силу деятельностного участия в речевой интеракции адресат расценивается как активный субъект (а не как объект) общения. Активная роль адресата в процессах речевой деятельности выражается в том, что содержательная и прагматическая природа высказывания детерминируется в определенной степени непосредственным участием адресата в коммуникации. Коммуникативная деятельность отправителя сообщения находится под влиянием последующей деятельности получателя, поэтому автор медиатекста, строя речевые высказывания, всегда должен ориентироваться на адресата, учитывать специфические особенности той аудитории, к которой он обращается, и исходить из предполагаемой реакции этой аудитории на публикуемый текст. Говоря словами Н.Д. Арутюновой, он обязан учитывать «фактор адресата», его компетенцию, пресуппозиции, а также осуществлять не только ретроспективную и текущую, но и перспективную оценку данного высказывания (Арутюнова, 1981). Обобщая, можно говорить о том, что адресат является активным участником, определяющим деятельность адресанта в процессе создания медиатекста.

Поскольку медиадискурс является дискурсом оперативного реагирования и активного воздействия, дейктические языковые средства представляют особую значимость и широко используются для привлечения внимания к медийному дискурсу и повышения его влияния на воспринимающие лица. Эти средства в сфере масс-медиа непосредственно связаны с категорией

автора текста и его адресата. Чтобы задать нужный ракурс интерпретации и «навязать» адресату свое восприятие событий через их оценку, автор медиатекста выбирает определенные дейктические средства для представления их в формате *я-ты-здесь-сейчас*. Выступая средством актуализации коммуникантов, дейктические единицы обретают контекстную семантику, что позволяет организовать текст, обладающий определенной внутренней целостностью.

Включение в медиатекст дейктических языковых единиц создает эффект присутствия собеседника и реализует тактику включения адресата в коммуникативное пространство. Следует обратить внимание на то, что при этом у адресанта и адресата должно быть общее прагматическое и когнитивное пространство: адекватное видение прагматической ситуации обоими участниками речевого общения, соотнесение точек зрения говорящего и адресата с помощью развитой системы дейктических языковых средств и, в первую очередь личных местоимений как «социальных» дейктиков является необходимым условием для успешной коммуникации.

Вопрос о представленности говорящего в высказывании решается в языке созданием категории лица, в том числе категории личного дейксиса, а именно наличием в языке противопоставления, с одной стороны, личных местоимений «я» и «ты», обозначающих участников коммуникации, а с другой стороны, противопоставления участвующих в речевом акте «я» и «ты» некоему объекту, находящемуся вне этого акта – «он/ она».

Высказывания от 1-го лица, на первый взгляд, лучше всего отвечают потребности в самовыражении говорящего, стремлению автора к самопрезентации и самоидентификации. Местоимение «я» позволяет говорящему выразить собственную позицию в обсуждаемом вопросе, создать атмосферу достоверности, подлинности в общении, показать активную роль в данном процессе и тем самым вовлечь адресата в дискурс, повлиять на его сознание и привлечь к взаимодействию.

Однако именно этот ярко выраженный «эгоцентризм» таких высказываний может оказаться в ряде случаев определенной помехой в общении, так как «я»-высказывания нередко воспринимаются как подчеркивающие, выпячивающие роль говорящего. Позиционирование говорящего как доминирующего субъекта, регулирующего и контролирующего деятельность адресата, является вторжением в его личную сферу. И для того чтобы избежать конфликта между собеседниками, следует по возможности свести к минимуму роль говорящего в побуждаемом действии.

Поэтому не случайно в языках выработаны формы, которые смягчают, затушевывают эгоцентричность «я»-высказываний, позволяя автору укры-

ться, как бы отойти на задний план, смягчить, затушевать или хотя бы уравновесить, нейтрализовать «эгоцентризм» «я»-высказываний. В этом плане определенный интерес представляет многообразие семантико-прагматических функций, выполняемых дейктическим местоимением «мы».

**Прагма-семантический потенциал местоимения «мы»**

Местоимения играют важнейшую роль в медиакоммуникации, ибо могут выступать действенным инструментом манипуляции, оказывая значительное влияние на общественное сознание. Так, обладая разнообразным спектром семантических и прагматических возможностей, местоимение «мы», как и другие личные местоимения, играет особую роль в структурировании адресанта и адресата в коммуникативном акте.

«Мы»-высказывания носят социальный характер и потому основаны на социально-дейктических маркерах, к которым, прежде всего, относятся личные и притяжательные местоимения. Как известно, конструирование групповой (социальной) идентичности соотносится с Принципом Кооперации Г. Грайса, следование которому является залогом успешности протекания диалогового взаимодействия. Нарушение, несоблюдение постулатов Принципа Кооперации может привести к коммуникативной неудаче, сбою в общении, при котором «определенные речевые произведения не выполняют своего предназначения, т.е. имеет место неосуществление или неполное осуществление коммуникативных намерений говорящего» (Городецкий, Кобозева, Сабурова, 1985, с. 64; см. также Ерзинкян, 2018, с. 275–276). Построение групповой идентичности, соблюдение принципа сотрудничества через совместную деятельность участников коммуникации по достижению взаимопонимания и изначальная установка на избежание конфликта представляются основополагающими принципами для конструирования и ведения дейктически маркированного «мы»-дискурса.

Одной из особенностей местоимения «мы» является его множественная природа, характеризующаяся размытостью и неопределенностью своей семантики.

Местоимение «мы» далеко не всегда сводится к указанию на лицо, непосредственно участвующее в коммуникации. Как пишет К. Кербра-Орекиони, грамматически местоимение «мы» включает в себя «меня и всех остальных». Однако в зависимости от контекста и ситуации семантические границы «всех остальных» размыты, они могут варьироваться, включая собеседника, лиц, не участвующих в коммуникативной ситуации, или, наоборот, исключая перечисленные (Kerbrat-Orrechioni, 1999).

В отличие от местоимения «я», однозначно указывающего на субъект речи, местоимение «мы» обладает неоднозначной референтной отнесенностью. Оно может обозначать как говорящего, так и кого-то другого или других. И только в конкретном контексте, в конкретных коммуникативно-прагматических условиях можно адекватно декодировать значение данных единиц и определить кого именно, какую группу людей обозначает местоимение «мы».

Более того, помимо роли, выполняемой тем или иным участником речевого акта, во многих случаях бывает необходимо более точно охарактеризовать его состав: прежде всего указать, является ли данный участник речевого акта индивидуальным (‘одно лицо’) или коллективным (‘группа лиц’) и кто именно составляет этот «коллектив». Следует отметить, что в количественной оппозиции единичности/ множественности отражается противопоставление определенного/ неопределенного лица. Эта оппозиция является основной организующей оппозицией во всем поле персональности и в одной из его подсистем – Указательном (дейктическом) Поле Лица. В коммуникативной сфере она базируется на количественной оппозиции единичности/ множественности. Данная сфера поля представляет единичный и множественный личный субъект.

Множественный (коллективный) характер участника речевого акта обозначается с помощью категории числа; более точные указания относительно «состава» участников возможны с помощью так называемой категории «клюзивности» (clusivity).

Во многих языках выделяются две формы первого лица множественного числа, инклюзивная и эксклюзивная. Инклюзивная форма множественного числа подразумевает всех коммуникантов, включая адресата, эксклюзивная форма множественного числа указывает на определенную группу лиц, куда входит адресант, но не входит адресат. В понимании Э. Бенвениста, инклюзивное «мы» означает я+ты/вы, а эксклюзивная форма – я+они, при этом в значении инклюзива подчеркнуто ‘ты/вы’, а эксклюзива – ‘я’ (Бенвенист, 1974). По мнению О.А. Гулыги, семантические толкования местоимений множественного числа основаны на следующем принципе: личные местоимения единственного числа обязательно соотносятся с участниками речевого акта, в то время как местоимения множественного числа могут называть также людей, в нем не участвующих (Гулыга, 1979) Следовательно, толкование местоимений множественного числа должно состоять из двух частей – собственно дейктической, связанной с речевым актом и указывающей на непосредственных участников речевого акта, и факультативно дейктической.

Каждая из этих частей представлена множеством вариантов, комбинируя которые можно исчислять различные смыслы у местоимений множественного числа. Ввиду того, что каждый участник речевого акта наделен определенной коммуникативной ролью, собственно дейктические части в семантике местоимений множественного числа могут быть представлены как комбинации этих ролей.

Итак, местоимения «я» и «ты», идентифицирующие адресанта и адресата, обладают уникальной референцией и характеризуются максимальной определенностью. Реальная коммуникативная содержательность противопоставления по лицам и признак определенности снижаются в форме множественного числа «мы», обозначающей совокупность неоднородных референтов. Как мы уже отмечали, «мы», образно говоря, – это не ‘я+я+я’. Это, возможно, ‘я+ты’, или ‘я+вы’, или ‘я+ты+он’ и т.п. Примечательно, что В.В. Виноградов предлагал трактовать «мы» как ‘я–другие’, где ‘другие’ мыслится как переменная (Виноградов, 1972, с. 266).

В медиатексте в основном используется форма личного местоимения множественного числа «мы», которая указывает на то, что адресант выступает представителем коллектива, отстаивает его интересы и вместе с тем идею кооперативности с адресатом [3]. Активируя данное местоимение, автор медиатекста, как правило, отождествляет себя с представителями той или иной социальной или политической общности, ощущает себя частицей некоего подразумеваемого социума. (Напр.: «Мы должны защищать наши границы», мы – *нация, государство, правительство, партия, народ, граждане* и т.п.). Такое инклюзивное местоимение «мы» указывает на взаимодействие адресанта с целевой аудиторией, вовлечения последней в конструируемый адресантом дискурс/диалог. Так создается эффект солидаризации адресанта с адресатом, неким другим, с группой лиц, объединяемой по принципу «те, кто с нами», «мы все вместе взятые». При этом инклюзивное местоимение «мы», воплощая солидаризирующую интенцию говорящего, позволяет психологически сблизить адресанта и адресата и установить тесный контакт, партнерские отношения между ними с целью создания более доверительной атмосферы, формирования представления о наличии общих интересов и в конечном итоге побуждения к совместной деятельности, совместным действиям.

Эксклюзивное «мы» определяется, как отмечалось выше, очерчиванием семантической границы понятия, т.е. указанием того, кто в него не входит: «мы» означает группу людей, в которую входит говорящий, но не входит слушающий. Эксклюзивное «мы» часто употребляется, когда говорящий

старается не употреблять «я» или «мой» во избежания выпячивания своего «я» и резкости суждения. Примером этого может служить так называемое царское «мы», которое может обозначать непосредственно царствующую особу (ср. знаменитое *«Мы, Николай Второй…»*) или всю эту машину в целом (*институциональное «мы»*), при этом второе «мы» также может иметь две интерпретации: весь соответствующий институт, включая правителя или исключая его. Сравним также научное «мы», которое часто употребляется в современных научных текстах как средство автореференции. Считается, что это «мы» знаменует авторскую скромность, а также является свидетельством опоры на идеи коллег и т.п. (Ерзинкян, 2018, сс. 275–276). Кроме терминов «инклюзивное»/ «эксклюзивное», определяющих семантику местоимения «мы», в литературе встречаем и другие понятия, характеризующие данное местоимение в прагматическом ключе: это приведенное выше «мы» в дискурсе монархов – «величественное», «торжественное», «царское», «королевское» (‘royal’, ср. *Pluralis majestatis* – «множественное величия»), «авторское» мы – «научное», «скромное», «солидарное», «ораторское» (Brown and Levinson, 1987; Булыгина, Шмелев, 1997; Haverkate, 1992; Апресян, 1988б). Поэтому не случайно К. Уэлс пишет, что референты «мы» практически неисчерпаемы: “The actual discourse referents of ‘we’ are seemingly limitless, for ‘we’ can include first, second and third persons (Wales, 1996, c. 63). Основное различие, как уже отмечалось, выражается через оппозицию «инклюзивное» – «эксклюзивное». Приведем еще одну классификацию: *высшее «мы»*, которое является простым заменителем «я»; *узко инклюзивное «мы»*, которое заменяет обе стороны коммуникативного процесса – «я» и «ты»; *широко инклюзивное «мы»*, которое заменяет «я» и всех остальных, независимо от того, включены ли они в коммуникативный процесс или нет; *эксклюзивное «мы»*, которое включает «я» и любого другого человека, за исключением собеседника или получателя сообщения (Kerbrat-Orrechioni, сс. 201–210).

Таким образом, дейктическое местоимение «мы» является значимой семантико-прагматической единицей, которая имеет неоднозначную референцию, соответствует определенному или неопределенному референту – как одному говорящему лицу, так и определенной/неопределенной группе лиц, что свидетельствует о его прагма-семантическом потенциале. Следует заметить, что семантика и прагматика настолько тесно переплетены в данном дейктическом местоимении, что трудно провести четкое разграничение между ними, часто одно является следствием другого и наоборот.

## Заключение

Медиатекст как сложная многоуровневая информационно-коммуникативная структура опирается на взаимодействие таких ее составляющих как адресант – адресат. При создании медиатекста автор (адресант), ориентируясь на действующие в медиакоммуникации нормы и требования, обладает известной свободой выбора языковых структур для выражения своих мыслей и намерений и изложения своего отношения к описываемым фактам, процессам, событиям, явлениям. Свобода языкового выбора с неизбежностью предполагает также и выбор дейктических средств номинации, без которых невозможно создание ни одного высказывания, ни одного текста.

Поскольку медиатекст призван оперативно *(я-ты-здесь-сейчас)* реагировать на изменения в жизни общества, способность всей дейктической лексики, и в частности личных местоимений «транслировать» прагматические особенности общения, делает их значимым фактором, организующим высказывание, как и весь медиадискурс в целом. Дейксис в медиадискурсе – это не просто указание на компоненты речевой ситуации, это инструмент речевого вовлечения и идеологической работы. Благодаря стратегическому выбору дейктических средств медиатексты, вовлекая адресата в прагматическую ситуацию, формируют общественное мнение, оказывают определенное влияние как на массовое сознание, так и на сознание каждого индивидуума, убеждают аудиторию принять нужную точку зрения и побуждают действовать в определенном направлении.

## Примечания

[1]. Признание ведущей роли человеческого фактора в коммуникации, рассмотрение языка в неразрывной связи с человеком глубоко связано с концепциями таких классиков языкознания, как В. фон Гумбольдт, И.А. Бодуэн де Куртене, А.А. Потебня, Э. Бенвенист и др.

[2]. Ср. термин *‘deictic anchorage’*, предложенный Р. Роменвейтом (1968), а также используемый Ч. Филлмором термин *‘deictically anchored’* для обозначения лексических и грамматических средств, которые могут быть декодированы лишь в том случае, если высказывания, содержащие их, «зацеплены» за определенный социальный контекст, способствующий идентификации участников акта сообщения, их расположения в пространстве и времени осуществления этого акта сообщения (Fillmore, 1975).

[3]. По мнению А.А. Леонтьева, у массовой коммуникации как бы двойной субъект: «С одной стороны, непосредственно осуществляет такое общение, как правило, один человек как личность. Это может быть университетский преподаватель, лектор общества «Знание», телекомментатор и т. п. Но, с другой стороны, по существу, субъектом такого общения всегда является тот или иной коллектив или общество в целом: в социально ориентированном общении коммуникатор всегда представляет, репрезентирует мнения, убеждения, информацию социального коллектива или общества. Да и тот коллектив или группа, на которые направлено такого рода воздействие, лишь частично представлен данной конкретной аудиторией» (Леонтьев, 1999, сс. 250–251).

**Литература**

Апресян, Ю.Д. (1988а). *Лексическая семантика. Синонимические средства языка.* Москва, Наука.

Апресян, Ю.Д. (1988б). Прагматическая информация для толкового словаря. Н.Д. Арутюнова (ред.) *Прагматика и проблемы интенсиональности*. Москва, Институт языкознания АН СССР.

Арутюнова, Н.Д. (1981). Фактор адресата. *Известия АН СССР: Сер. лит. и языка,* № 4 (40).

Арутюнова, Н.Д. (1998). *Язык и мир человека.* Москва, Языки русской культуры.

Бенвенист, Э. (1974). *Общая лингвистика.* Москва, Прогресс.

Булыгина, Т.В., Шмелев, А.Д. (1997). *Языковая концептуализация мира (на материале русской (грамматики).* Москва, Языки русской культуры.

Виноградов, В.В. (1972). *Русский язык: Грамматическое учение о слове.* Москва–Ленинград, Высшая школа.

Городецкий, Б.Ю., Кобозева, И.М., Сабурова, И.Г. (1985). К типологии коммуникативных неудач. *Диалоговое взаимодействие и представление знаний*. Новосибирск, Изд-во СО АН.

Гулыга, О.А. (1979). *Инклюзив и эксклюзив в дагестанских языках.* Автореф. дис. канд. филол. наук. Москва.

ван Дейк, Т.А. (1989). *Язык. Познание. Коммуникация.* Москва, Прогресс.

Добросклонская, Т.Г. (2008). *Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ.* Москва, Флинта.

Ерзинкян, Е.Л. (2013). *Дейксис слова: семантика и прагматика*. Ереван, Изд-во Ереванского гос. ун-та.

Ерзинкян, Е.Л. (2018). *Лингвистическая категория вежливости: семантика и прагматика*. Ереван, Изд-во Ереванского гос. ун-та.

Ерзинкян, Е.Л. (1979). *Временной дейксис в разных частях речи*. Дис. канд. филол. наук. Москва, МГЛУ.

Каган, М.С. (1988). *Мир общения*. Москва, Политиздат.

Караулов, Ю.Н. (1987). *Русский язык и языковая личность*. Москва, Наука.

Костомаров П.И. (2014). Антропоцентризм как важнейший признак современной лингвистики. *Вестник Кемеровского государственного университета,* №1–2(58).

Леонтьев, А.А. (1999). *Психология общения*. 3-е изд. Москва, Смысл.

Brown, P., Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge, Cambridge University Press.

Bühler, K. (1934). *Sprachtheorie: Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Jena, Gustav Fischer Verlag.

Eco U. (1984). *Semiotics and the philosophy of language*. Bloomington, Indiana University Press.

Fillmore, Ch. (1975). *Santa Cruz lectures on deixis 1971*. Bloomington, Indiana University Linguistic Club.

Fillmore, Ch. (1997). *Lectures on deixis*. Stanford, CSLI Publications.

Haverkate, H. (1992). Deictic categories as mitigating devices. *Pragmatics,* 2 (4).

Kerbrat-Orrechioni, C. (1999). *L énonciation de la subjectivité dans le langage*. 4th ed. Paris, A. Colin.

Levinson, St. (2004). Deixis and pragmatics. L. Horn, G. Ward (eds.) *The Handbook of Pragmatics*. Blackwell, Oxford.

Lyons, J. (1977). *Semantics*. Vol. 2. Cambridge, Cambridge University Press.

Nuyts J. (1992). *Aspects of cognitive-pragmatic theory of language*. Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins.

Rommenveit, R. (1968). *Words, meanings and messages: Theory and experiments in psycholinguistics*. Oslo, Academic Press.

Wales, K. (1996). *Personal pronouns in present-day English.* Cambridge, Cambridge University Press.

**Ե. Երզնկյան – *Յուցայնության դերն ու նշանակությունը մեդիատեքստում.*** – Հոդվածը նվիրված է՝ լեզվաբանության կարևորագույն կարգերից մեկի՝ ցուցայնության առանձանահատկությունների ուսումնասիևությանը, որը դիտարկվում է որպես խոսքային հաղորդակցության, մասնավորապես մեդիահաղորդակցության, գործընթացում էական դեր ունեցող յուրահատուկ իմաստագործաբանա-

կան կարգ: Ցուցայնությունը դիտարկվում է որպես անվանողական միջոց՝ լեզուն իրականության հետ կապելու հնարավոր եղանակներից մեկը: Այն ունի ընդհանուր մարդակենտրոն հիմք, որը պահանջում է եռաչափ ելակետ, վերջինս որպես վերաբերության շրջանակ թույլ է տալիս անվանվող առարկաները, երևույթները, գործողությունները տեղայնացնել տարածության ու ժամանակի մեջ: Սա հատկապես կարևոր է մեդիատեքստերում, որտեղ ցուցայնությունը ձեռք է բերում առանձնահատուկ նշանակություն: Քանի որ լեզվական հնարները մեդիադիսկուրսում ունեն ներգործման որոշակի նպատակ, նկարագրվող իրադարձությունները պետք է տեղայնացվեն ժամանակի և տարածության մեջ՝ հասցեատերերի վրա ցանկալի ազդեցություն ունենալու համար:

Հոդվածում փորձ է արվում ներկայացնել մեդիադիսկուրսի վերլուծության մարդակենտրոն մոտեցում, որը հիմնված է հաղորդակցության մեջ մարդկային գործոնի առաջատար դերի ճանաչման վրա: Բացահայտվում է ցուցայնության կարգի դերն ու նշանակությունը մեդիատեքստերի բովանդակության և կառուցվածքի ձևավորման մեջ, վերլուծվում է ուղարկողի (տեքստի հեղինակի) և ընդունողի (հասցեատիրոջ) փոխգործակցությունը, որն իրականացվում է անձնանունային ցուցայնության կարգի միջոցով, մասնավորապես «մենք» անձնական դերանման իմաստային և գործաբանական ներուժի միջոցով:

**Բանալի բառեր**՝ *մեդիա հաղորդակցություն, մեդիա տեքստ, մարդակենտրոն մոտեցում, մեդիա դիսկուրսի գործաբանություն, ուղարկող/հաղորդող, ընդունող (հասցեատեր), ցուցայնություն, ցուցական դերանուններ, «մենք» դերանունը*

**Y. Yerznkyan – *The role and significance of deixis in media text.* –** Deictic expressions constitute an integral part of media communication, where they acquire special significance. The uniqueness of these linguistic units consists in their meaning, pragmatically charged and situationally anchored. This is particularly important in media texts, as the events, processes, and phenomena described must be localised in space and time to have the desired effect on recipients in terms of relevance, timeliness, dynamism, engagement, and appeal. The paper presents an approach to analysing media discourse, which is based on recognising the leading role of the human factor in communication. It reveals the significance of deixis in constructing and interpretating the content and structure of media texts and analyses the interaction between the addresser and the addressee, realised through the category of pronominal deicticity, particularly through the pragmasemantic potential of the pronoun 'we'.

**Keywords***: media communication, media text, anthropological approach, pragmatics of media discourse, addresser, addressee, deixis, deictic pronouns, the pronoun ‘we’*