

сопровождается некритическим отношением, восприятие феноменов в качестве достоверных происходит без объективных оснований и доказательной базы. Достоверность в религиозном дискурсе – факт онтологический, духовная реальность принципиально не удостоверяема в научном смысле слова и не доказуема рациональным способом. Достоверность в научном и религиозном дискурсах варьируема на осях объективности – субъективности, рациональности – иррациональности, где научный дискурс тяготеет к полюсу объективности, рациональности, а религиозный – к крайней точке субъективности, иррациональности.

Проблема достоверности информации в *политическом* дискурсе осложняется тем, что «целый ряд характерных для него жанров и типов высказываний связан с таким видом содержания, которое в принципе не поддается верификации» [Шейгал, 2000, с. 190]. Искаженная реальность в политическом дискурсе формируется с помощью смысловой неопределенности, использования метафор, идеологических коннотаций и пропагандистских лозунгов, апеллирующих к общечеловеческим ценностям и правам человека, эвфемистических замен. Коммуникативное поведение политика, обусловленное борьбой за власть, стратегически сходно с манипулированием и обманом. Достоверность в политическом дискурсе обусловлена варьированием в рамках информативность – интерпретативность, информативность – аффективность, информативность – воздействие, точность – смысловая неопределенность.

Юридический дискурс предполагает необходимость подтверждения достоверности полученной в ходе дознавательного процесса информации. Условием юридической коммуникации является точность обозначения, отсутствие смысловой неопределенности. Актуальной для юридического дискурса является реализация категории достоверности в таких специфических речевых поступках и жанрах, как клевета и (ложный) донос, располагающихся на стыке персонального и институционального дискурсов. Варьирование достоверности в юридическом дискурсе происходит в рамках шкалы подлинность – подделка, адекватность – несо-

ответствие действительности, достаточность – недостаточность доказательств / оснований для вынесения вердикта.

Для *медицинского* дискурса в целом «характерна тенденция к повышению достоверности информации путем устранения личного (субъективного) начала» [Жура, 2008, с. 135]. Достоверность в медицинском дискурсе фокусируется на извлечении адекватной информации у пациента и предоставлении ему полной и точной информации о заключении и рекомендациях. Выбор стратегии информирования пациента оказывается под воздействием двух противоположно действующих интенций. Речь идет о нравственной аргументации, выборе между сообщением достоверной информации (соответствующей норме речевого действия), которая может повлечь за собой негативные для пациента последствия (эмоциональные, физические и т. д.), и недостоверности информации (соответствующей этической норме, что квалифицируется как неправда в интересах пациента), оправдываемой гуманистическими соображениями.

В *массмедийном* дискурсе проблема достоверности информации, в первую очередь, связана с такими категориями, как «информативность», «точность», «объективность». Достоверность информации в массмедийном дискурсе зависит от фактора надежности источника информации, включая способ и обстоятельства получения источником этой информации, и связанных между собой категорий информативности – интерпретативности, с одной стороны, и субъективности – объективности изложения – с другой.

Достоверность в *рекламном* дискурсе коррелирует с базовыми функциями информирования и воздействия. К особенностям рекламного дискурса также относятся императивность и побудительность, взаимодействующие с семантической желательности и возможности. Впечатление правдивости содержания создается введением в контекст рекламы апелляции к авторитету / авторитетному мнению, аргументов «за» и «против» и других распространенных приемов воздействия на получателя. Воздействие в рекламе преследует цель повлиять на когнитивный (знания), аффективный (чувства), интенцио-

нальный уровень адресата – заставить поверить в достоверность информации и совершить внушаемое действие, чаще связанное с приобретением товара. Информация в рекламе не может быть объективной по определению, это всегда пристрастная информация. Субъективность, неопределенность, генерализация и манипулятивность рекламного текста рожают недоверие к рекламной информации и снижают уровень достоверности. В результате можно построить некоторую систему основных соответствий достоверного и недостоверного: событие/факт – оценка (квалификация) / интерпретация, знание – мнение, факт – фактоид и т. д.

Достоверность, представляя собой дискурсивное измерение, носит градуальный характер.

Специфика вариативности достоверности в том или ином типе дискурса обусловлена вариативностью реализующих ее категорий: точность, информативность, объективность, правдоподобие и выражается в рамках противопоставлений «информативность – интерпретативность», «точность – приближительность» «объективность – субъективность», «подлинность – правдоподобие».

Литература:

1. Жура В.В. Дискурсивная компетенция врача в устном медицинском общении: дис. ... докт. филол. наук. – Волгоград, 2008. – 407 с.
2. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.

В.М. Русаков

ПУТНИК

Центральный концепт Травелога (наряду с Путем, Приключением), имеет ярко выраженный архетипический характер, что проявляется в широком спектре воплощений, тесно связанных между собой: П. – это и путешественник, странник-паломник, искатель приключений, беглец, вождь движения и полководец, или просто юноша, получающий первые необходимые уроки жизни, взросления или мудрец, обуреваемый духовными исканиями. П. обретает всю полноту своих качеств в процессе совершения Пути и переживания Приключений, даже если единственным Приключением его является его жизнь. В мифологическом сознании субъективный характер П. не выделяется, снижается предписаниями рока, судьбы, предопределения (Ахиллес уходит на троянскую войну, потому что «героям так надо», должно поступать), в литературе научной субъективное начало тоже сдвигается на второй план по сравнению с содержательностью повествования и то лишь

из соображений защиты научного приоритета (открытия неведомого). Только в художественной литературе в полной мере раскрываются субъективная и субъективно-личностная сторона П.: он в Пути и через Приключения становится личностью, из персонажа становится героем, даже если не он, а его выбирает Путь – это все равно драма личности и Травелог показывает нам либо победу П. над Путем или трагическую участь П., побежденного, раздавленного Путем (беглец, бродяга, перекасти-поле).

Литература:

1. Русаков В.М. Дискурс травелога: образ Пути и Путника в мировой культуре / Дискурс травелога. Сб. статей. Авт. – сост.: О.Ф. Русакова, В.М. Русаков. Екатеринбург, Издательский дом «Дискурс-Пи», 2009. С.131–139.
2. Толстикова А.В., Кошелева О.Е. НОМО VIATOR // Одиссей: человек в истории. 2009: Путешествие как историко-культурный феномен. М.: Наука. 2010. С. 5–10.
3. Шубарт Х.Ф.Д., Легенда об Агасфере – «вечном жиде» / Под ред. и с предисл. М. Горького. П., 1919.

ПУТЬ

Один из центральных концептов в дискурсе травелога (повествования о реальном

или мнимом путешествии) наряду с Путником и Приключением. Архетипический характер

данного концепта наглядно проявляется в самом широком спектре воплощений, связанных между собой широкими полями отождествлений: П. – как пути-дороги пространственного перемещения, способы организации жизни, образа жизни, политического и культурного действия, работы над собой, своим духовным и телесным совершенствованием, опыт переживаний – жизненный опыт. Различные типы П. Диктуют различные типы Путника их совершающего (авантюрист, путешественник-первопроходец, разведчик, вождь, беженец, бродяга-перекати поле и т. п.). П. – это хронотоп травелога, место-

время свершения Путником важного действия, которое приводит его к преобразению.

Литература:

1. Путь // Энциклопедия «Мифы народов мира». ч.2. М., 1982. С.352–354.
2. Дискурс философского пути. Материалы круглого стола VI Российского философского конгресса. Нижний Новгород, 27–30 июня 2012 г. / Под ред. О.Ф. Русаковой. – Екатеринбург: ИД «Дискурс-Пи», 2012. – 128 с.
3. Русаков. В.М. Дискурс травелога: образ Пути и Путника в мировой культуре / Дискурс травелога. Сб. статей. Авт. – сост.: О.Ф. Русакова, В.М. Русаков. Екатеринбург, Издательский дом «Дискурс-Пи», 2009. С. 131–139.

ПРИКЛЮЧЕНИЕ

Важный концепт в дискурсе Травелога, характеризующий цель Пути, совершаемого Путником. Спектр П. в Травелоге может простирается от П. как самоцели (поиски приключений), так и до крайнего трагического варианта победы Пути над Путником, когда собственно П. становится сама жизнь, жизненный Путь Путника, причем в виде вечного скитания, нескончаемого бегства и бродяжничества («без цели»). П. носит менее выраженный архетипический характер в сравнении с Путником и Путем, тем не менее оно тоже является схематизмом, наполняемым амбивалентным, крайне разнообразным чувственно-образным содержанием, отчего смысл различных вариантов П. меняется на диаметрально-противоположный: П. как

авантюрные проделки или даже проступки или П. как подвиг самопожертвования. Основное содержание П. – это преодоление различных препятствий на Пути (барьеры, преграды, опасности, козни), степень опасности которых и приближают их преодоление Путником П. к Подвигу, а Путника – к Герою.

Литература:

1. Малышев М.А. Георг Зиммель и Владимир Янкевич: Феноменология Приключения // Дискурс-Пи. Вып. 3. Екатеринбург. 2003. С. 82–85.
2. Муравьев В.С. Приключенческая литература // <http://www.bse.sci-lib.com/article092765.html>.
3. Перемышлев Е. Приключенческая литература // <http://www.krugosvet.ru/articles/104/1010416/1010416a1.htm>.
4. Авантюрный роман // <http://feb-web.ru/feb/slt/abc/l1/l1-0031.htm>.

ТРАВЕЛОГ

Повеествование о реальном или мнимом путешествии, форма субъективно-творческого освоения действительности. Виды и жанры травелога весьма многообразны, охватывают как устное предание (сказания о путешествиях и подвигах мифологических героев), так и литературу (научная литература – отчеты об экспедициях, словари и справочники, инструкции и т. п., художественная – т. наз. «литература приключений», произведения о странствиях души в поисках ценностей и смыслов).

Изобретателем термина Т. считается Б. Холмс (B. Holmes).

В структуре дискурса Т. центральное место занимают такие концепты, как Путь, Путник, Приключение, носящие ярко выраженный архетипический характер, т. к. наполняются самым разнообразным чувственно-образным и эмоциональным материалом, так, что приобретают многообразное воплощение: Путь – это и различные пути-дороги, но это и жизненный путь, получаемый или полученный жизненный

опыт («пройденный путь», «как закалялась сталь»), это различные движения, в т. ч. политические («мы пойдем другим путем...», «третий путь»), религиозные («Алмазный путь», «духовные искания»), художественно-творческие поиски способов самовыражения и художественно-эстетического освоения действительности; Путник – тот, кто не просто совершает перемещение в пространстве-времени, но переживает его и повествует о нем (Странник, Путешественник, Разведчик, Вождь, Полководец, Беглец и т. п.); Приключение – главное, что переживает Путник в Пути и что составляет смысл Т. (конечная цель, подвиг, преобразование души и т. п.).

Дискурс Т. включает все основные аспекты: семиотический, лингвистический, праксеологический, кратологический, аксиологический.

В семиотическом плане дискурс Т. подразумевает целый спектр повествований о всевозможных путешествиях – от действительного перемещения в пространстве-времени и размышлений об этом до вымышленных фантастических путешествий и приключений. Различные виды Травелога выражаются в разнообразной знаково-символической форме: летописи, записки, дневники, отчеты, карты, лоции, путеводители, инструкции и т. п. В ряде случаев специально знаково-символическая форма выражения травелога нормируется, вплоть до юридической санкции (географические названия, способы обозначения на картах и лоциях и т. п.).

Праксеологический аспект дискурса Т. подразумевает разнообразный набор антропологических практик (в т. ч. «практик себя» (М. Фуко)), которые осваиваются субъектом – Путником, – и овладение которыми ведет к преобразению Путника. Крайним случаем является победа Пути над Путников – т. е. вечное странничество («вечный жид», Агасфер), нескончаемое бегство (бродяжничество, беженство), никак не разрешающееся в какое-либо новое состояние и свойство Путника, что равносильно проклятию, тяжкому наказанию. Кроме того, праксеологический аспект хорошо просматривается в организационно-методической стороне

совершения различных путешествий – бегство, странничество, экспедиция, нашествие, поиски приключений, разведка, бегство от скуки и т. п.

В кратологическом аспекте выражается властно-распорядительный ресурс Т.: различные виды травелога подразумевают и предписывают различные антропологические практики (в религиозном, паломническом странствии; в научной экспедиции, в скитаниях и бегствах, в набирании жизненного опыта). Аналогичным образом это проявляется в перформативной стороне видов травелога – как надлежит повествовать и представлять каждое путешествие (дневники, записки, отчеты, сказания, свидетельства, артефакты). В мировой культуре существует устойчивый стереотип необходимости странствия души как способа взросления, становления личности.

Из этого вытекает аксиологический аспект травелога: повествования о всевозможных странствиях и путешествиях обладают большой ценностью с точки зрения воспитательного эффекта (сколько выдающихся характеров сформировалось под влиянием литературы путешествий!). Записки путешественников и отчеты о научных экспедициях составляют золотой фонд знаний о различных уголках земли, сферах жизнедеятельности людей. Отображаемый в травелогах жизненный опыт, странствий души в поисках ценностей и смыслов обладает силой катарсиса и потому всегда вызывает жгучий интерес.

Литература:

1. Burton Holmes, the «Father of the Travelogue» // <http://www.burtonholmesarchive.com/>.
2. Travelogue // <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/travelogue>.
3. De Botton, Alain 2003. The Art of Travel. London: Penguin.
4. On Travelogues // <http://www.oldworldwandering.com/on-the-travelogue/>.
5. Лучицкая С.И. Путешествие // Словарь средневековой культуры / Под ред. А.Я. Гуревича. 2-е изд., испр. и доп. М., 2007. С. 397–400.
6. Русаков В.М. Архетипические категории (концепты) в дискурсе травелога. // Дискурс-Пи: научный журнал. Вып. 10. Екатеринбург, ИД «Дискурс-Пи». 2010. С. 209–210.
7. Эткинд А. Толкование путешествий. Россия и Америка в травелогах и интертекстах. М.: Новое литературное обозрение, 2001. 496.