

УДК 81-322

ДИСКУРСИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕКСТОВ СМИ

Кенжеханова Жазира Мусабайкызы

zhazira.kenzhekhanova@nu.edu.kz

Магистрант ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – М. Нуртазина

Условия развития современного общества продиктованы расширением влияния средств массовой информации, которые являются мощным орудием воздействия на разум

человека. Информационные каналы наиболее быстро реагируют на все изменения в обществе и сознании, отражая их состояние и воздействуя на формирования общественного мнения.

Целью нашего исследования являются тексты СМИ в аспекте дискурсивного анализа. В основе еще одного направления лежит когнитивный подход, в соответствии с которым важным представляется рассмотрение политической метафоры, которая представляет собой такую форму мышления, особенно эффективную в условиях осмысления каких-то новых реалий, стремления по-новому взглянуть на что-то, казалось бы, хорошо известное, преобразовать свойственную адресату картину мира (1, с. 28; 2, с. 211; 3, с.119).

Для начала необходимо разобраться с понятием «дискурс». Сам термин имеет два значения:

1. Классическое, которое означает «любые формы речевого взаимодействия между людьми» и является описанием «некоторого быстрого перемещения мыслей или, может быть, слов между сознанием одного участника взаимодействия и другого». Согласно А.Кибрику, именно это понятие используется в теории языка при изучении дискурсивных характеристик СМИ (2, с. 218).

2. Обозначение дискурса как «некоторого образа мышления, идеологию и то, как она проявляется словесно». Смысл данного понятия заключается в том, чтобы выявить, что думает говорящий, на основании того, как он говорит (2, с. 113).

До недавнего времени ученые в своих исследованиях игнорировали тот факт, что очевидным свойством теленовостей и текстов СМИ является то, что они есть особенный вид дискурса (1, с. 119-120).

«Дискурс» представляет собой коммуникативное событие или акт, соединяющий языковые формы, значения и действия (см.: 1; 2; 3). Он не разрушает подходы к его пониманию или восприятию, не ограничивается рамками конкретного текста или диалога, но расширяет их до уровня взаимодействия с внешним миром.

Определение дискурса и его значения предполагает учёт знаний всех участников коммуникации, то есть, помимо знания языка необходимо знание мира, понятные и доступные представления и установки других коммуникантов. Как и авторы художественных произведений, создатели текстов СМИ учитывают их форму и содержание, следовательно, текст должен быть понятным для читателя, вызывать у него положительный отклик, тем самым создавая процесс социокультурного взаимодействия. Новости в таком случае выступают как результат когнитивной и социальной деятельности.

Изначально изучение средств массовой коммуникации происходило на основании социально-психологических подходов, концентрируя внимание на различных аспектах (политических, экономических, социальных и т.д.) обработки текстов, выявляя только основные факторы производства и воздействия этих сообщений.

Однако, сам новостной текст рассматривался в ключе информатора о перечисленных факторах (3, с. 145-148). Анализ контента ориентировался всего лишь на адекватное описание отдельных свойств таких текстов массовой информации. Такой подход не рассматривал систематический анализ роли самих текстов и их структуры на восприятие и воздействие на аудиторию.

Начиная с 70-х годов прошлого века получает большое распространение метод дискурсивного анализа, тем самым позволив исследователям анализировать тексты СМИ не только изучая формальные внешние признаки, но и экстралингвистические факторы его производства и актуализации (3, с. 154). Дискурс не ограничивается только рамками языка. Он изучает все содержание коммуникации: кто общается, с кем общается, почему, в каком социальном статусе, в какой общественно-исторической ситуации, посредством каких каналов и как взаимодействуют различные типы коммуникации в акте общения.

Многочисленные исследования, применяющие метод дискурс-анализа для описания текстов массовой информации, представлены в работах известного голландского ученого Теуна ван Дейка (3, с. 134-136). Он рассматривал новости как особый вид дискурса и сформулировал важный вывод: «сложная структура текстов, относящихся к общему пониманию «медиа-текст» может быть адекватно воспринята только в том случае, когда общество будет анализировать их как:

1) результат социальной и когнитивной деятельности журналистов в процессе производства текстов и значений данных текстов;

2) как результат собственно-личной интерпретации читателя текстов газет, а также телезрителей, произведенной на основании их предыдущего опыта общения со СМИ» (2, с. 215-217).

Дискурсивный подход рассматривает каждый отдельный текст через призму общественных и идеологических связей, учитывая все социальные интересы и политические взгляды участников коммуникации, тех, кто его создал и воспринял. Конечная цель такого анализа заключается в том, чтобы выявить и описать связь основных компонентов (язык, идеология и власть), скрытую в повседневной жизни от аудитории.

В этой связи практически все тексты СМИ, такие как речевые сообщения и тексты новостей, изучаются как особый тип языкового употребления. Теперь такие тексты представляют собой особый тип, относящийся к результату специфичной социокультурной деятельности. На данный момент они подвергаются анализу не только в терминах, которые поддаются наблюдению и статистической обработке, когда их можно соотнести со свойствами источника или проследить условия производства (технология обычного контент-анализа).

Анализ текстов СМИ обычно проводится с точки зрения их собственной организации. Он не ограничивается только лишь лингвистическим описанием предложений, словосочетаний или отдельных слов.

Теперь тексты имеют более сложную, высокоуровневую организацию, характеризуются отношением связности, общей тематической структурой, схематической организацией, а также рядом других стилистических и риторических параметров. Любой текст, будь то письменный или устный, имеющий форму монолога или диалога, представляется в комплексе их общей организации и специфичных свойств. Такой подход дает возможность описать какую-то часть газетной статьи, например, заголовка или вступку в сообщениях. Появилась возможность показать связи и возможности в разных уровнях организации текстов, таких как линейная или формальная; тематическая или содержательная и учесть их стилистические особенности.

Но исследование дискурса описывает не только структуры сами по себе, в силу того, что он не обладает свойствами изолированной текстовой или диалогической структуры. Так как дискурс является сложным коммуникативным феноменом, который содержит социальный контекст, он дает равноценное представление и об участниках коммуникации, и о процессах производства и восприятия сообщения.

Главным результатом его применения являются возможности расширенного понимания контекстуальной перспективы дискурса, значимые в исследовании текстов массовой коммуникации. Таким образом, дискурсивный анализ может привести к новому пониманию самих процессов производства и использования сообщений, где подлинная «инновационность» этого подхода заключается в возможности эксплицитного соотнесения большинства факторов и условий производства текстов массовой коммуникации с характеристиками *структур* этих текстов. В таком случае, дискурс-анализ расширяет возможности изучения и интерпретации процессов восприятия (понимания, запоминания) и воспроизведения информации, которые содержатся в текстах новостей и изучать их с позиций обусловленности текстуальными и контекстуальными (когнитивными, социальными) особенностями.

Специфика дискурса СМИ заключается в передаче информации об актуальных и социально значимых событиях, следовательно, прагматические задачи новостной журналистики – информирование через достижение следующих параметров:

- точности – относительно высокой степени релевантности отражения события (соответствие объективной картины события ее текстовому представлению), что находит отражение на лексико-смысловом уровне текста.

- достоверности – указывающей на подлинность события, подтвержденную в тексте комментариями, отсылками к источникам информации, заслуживающим доверия.

- аттрактивности – рассматривающийся как привлекательность формы подачи информации и способствующей повышению интереса массовой аудитории к событию.

- фокусности изображения, которая ассоциируется с выбором способа представления события.

Способы представления имеют специфику подачи информации в зависимости от конкретного издания по сравнению с подачей информации в данном типе дискурса в целом. Но, несмотря на это, для адекватного восприятия необходимо наличие определенных знаний и представлений, которые будут характерны для всех членов одного языкового сообщества.

Руководствуясь вышеизложенным принципом, можно выделить следующие типы дискурса следующих средств массовой информации:

- «качественной» прессы;

- популярной прессы (отдельно рассматриваются дискурс желтой прессы и дискурс глянцевого журнала);

- специализированных изданий (научные и научно-популярные журналы).

Все эти издания отличаются друг от друга установками адресантов, способностями их восприятия целевой аудиторией, а также различными способами передачи информации (лингвистическими и экстралингвистическими), представленными в самом тексте.

Для анализа специфики дискурса СМИ мы выбрали газеты «Казахстанская правда», «Комсомольская правда», «Аргументы и Факты» и «Караван». Мы будем рассматривать способ подачи новостей в каждой из них с учетом дискурсивных характеристик (точности, достоверности, аттрактивности, фокусности).

Для анализа мы отобрали новостной раздел «Общество», так как он включает наиболее значимые сферы жизни и охватывает большую группу читателей.

1. Новость о прожиточном минимуме

«Комсомольская правда»

Прожиточный минимум в феврале – 27 тысяч тенге.

В статье дается емкое и краткое изложение соответствующее названию заголовка, представлена таблица с данными по сравнению с прошлым годом.

«Аргументы и Факты»

Величина прожиточного минимума в Казахстане с начала 2019 года увеличилась на 2,5%

В статье представлено описание некоторых пунктов увеличения прожиточного минимума на душу населения.

«Караван»

Комитет по статистике озвучил величину прожиточного минимума в феврале в Казахстане.

В статье представлено полное описание и табличные данные, раскрывающие суть заголовка.

2. Вот как представили новость о доработке школьных учебников:

«Казахстанская правда»

Ряд казахстанских учебников для начальной школы отправили на доработку

В статье приводятся слова министра К. Шамшидиновой о проблеме, выявленной в ходе республиканской комиссии.

«Комсомольская правда»

Республиканская комиссия отправила на доработку учебники начальных классов

В статье даны выдержки из интервью с Министром образования и науки РК Куляш Шамшидиновой.

«Аргументы и Факты»

Ряд казахстанских учебников на 2019/2020 учебный год отправили на доэкспертизу.

В статье описывается причинно-следственные связи отправления учебников на доэкспертизу, также приводятся выдержки из интервью с министром образования.

«Караван»

Несколько школьных учебников забраковано в РК

В статье отмечается наличие определенных проблем со школьными учебниками.

3. Встреча А. Мамина с представителями Всемирного банка:

«Казахстанская правда»

Аскар Мамин провел встречи с представителями Всемирного банка и ЕБРР

Текст статьи полностью раскрывает содержание заголовка, соответствует действительности, описывает детали встречи и приводит список приоритетных отраслей взаимодействия.

«Комсомольская правда»

Аскар Мамин провел встречу с представителями Всемирного банка

Статья полностью соответствует заголовку и дает описание произошедшего события. Описаны стратегии партнерства на 2019-2024 годы.

«Караван»

Премьер-Министр РК А. Мамин провел встречи с представителями Всемирного банка и ЕБРР

Статья описывает детали встречи, приводит цифровые данные о средствах, потраченных за время сотрудничества и количестве совместных проектов.

Таким образом, семантическое содержание новостей раскрывается по ходу текста:

1) заголовок, который содержит емкое, но яркое выражение самой важной информации

2) представление самого текста, с использованием стратегии формирования релевантной структуры.

Последовательность данных компонентов публикации может меняться в зависимости от специфики статьи или журналистских интересов.

Исходя из этого, можно сделать следующий вывод:

Дискурс – это сложный процесс передачи когнитивного содержания, который вкладывается адресантом для адресата посредством текста, согласно правилам его лингвистического воплощения и заложенных в нем определенных стратегий подачи информации.

Тексты СМИ представляют собой своеобразный дискурс, потому, что они динамичны и своевременны, понятны для восприятия участников коммуникации и воспринимаются в контексте современных событий.

Данный регистр речи представляет собой совокупность всего спектра функциональных стилей. Функция сообщения в таких текстах реализуется на одном уровне с воздействием. Следовательно, материалы текстов СМИ представляют большой интерес с точки зрения способов их организации, своеобразия и их соотношения с текстами других стилей.

Список использованных источников

1 Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Общие вопросы, метафора. – Изд. 2-е. – Екатеринбург: Уральский гос. ун-т, 2013. – 342 с.

2. Кибрик А.А., Паршин П.Б. Дискурс // Энциклопедия “Кругосвет”. – М.: Энциклопедия, 2011. – С. 211-219.

3 ван Дейк Т.А. Анализ новостей как дискурса // Т.А. ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. 3-е изд. – М.: Гнозис, 2016. – С. 111-160.

4. Казахстанская правда // Электронный ресурс [Режим доступа]: <https://www.kazpravda.kz/>

5. Комсомольская правда Казахстан// Электронный ресурс [Режим доступа]: <http://www.kp.kz/>

6. Караван // Электронный ресурс [Режим доступа]: <https://www.caravan.kz/>

7. Аргументы и Факты Казахстана// Электронный ресурс [Режим доступа]: <https://aif-kaz.kz/>