

Секция «Журналистика»

Корреляция текста и дискурса в структуре массовой коммуникации

Чиркашина Яна Сергеевна

Соискатель

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет журналистики,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: yana_chirkashina@mail.ru

Разностороннее и систематическое изучение медиатекстов является составной частью медиаобразования. Медиатексты способны благоприятствовать увеличению общего когнитивного опыта аудитории в отношении социальной действительности, приобретению ею знаний, помогающих самостоятельно ориентироваться в многообразии медийных произведений.

Т.Г. Добросклонская предлагает «концепцию медиатекста как многослойного, многоуровневого явления, реализующемся в диалектическом единстве языковых и медийных признаков, и приоритетный анализ синтагматики как такого уровня описания, на котором в наиболее полной форме выражены все основные свойства текстов массовой информации». [2]

Грамматическое исследование языка давно вышло за рамки отдельных предложений, поскольку они являются лишь условными единицами, принятыми в письменной речи. Субъективный характер членения речи на предложения обусловил появление все новых определений предложения, ни одно из которых не может претендовать на исчерпывающую полноту. Анализируя медиатекст, можно выявить составляющие его элементы и схему их организации, но для интерпретации ретранслируемых смыслов требуется раскрытие и трактовка его метафорического содержания. Понимание коммуникативной и функциональной направленности высказывания, его роли в составе текста возможно лишь на более широкой основе дискурса.

Термин «дискурс» применялся для обозначения устного текста в момент его порождения и дальнейшего развития. Сейчас он приобретает новое понимание, и применим к устному и письменному дискурсу. Однако с точки зрения пространства и времени понятие «дискурс» обозначает деятельностное отношение к тексту, его рассмотрение в процессе коммуникации. Тексты средств массовой информации (СМИ) представляют собой именно дискурс и воспринимаются участниками коммуникации в контексте происходящих событий.

Материалы, относящиеся к текстам СМИ, своего рода «сплав» всего спектра функциональных стилей языка, в них функция сообщений реализуется в той же мере, что и функция воздействия, для чего используется весь набор имеющихся в распоряжении языка средств. Материалы средств массовой информации особенно интересны с позиций как общих способов их организации, так и более частных особенностей, характерных для определенных изданий. Важно также понять своеобразие текстов средств массовой информации, их соотношение с текстами других стилей, ведь еще недавно ученые отказывались придать этому регистру особый статус, выделить его особые характерные черты. [1]

В ряде картин мира имеет место детерминизм, относящийся к особенностям использования языка в разных типах дискурса (в данном случае дискурсивные особенности

текстов средств массовой информации). Язык часто сравнивается с зеркалом культуры, «в нем отражается не только реальный мир, окружающий человека, не только реальные условия его жизни, но и общественное самосознание народа, его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, обычаи, мораль, система ценностей, мироощущение, видение мира». [3]

Независимо от того насколько однородны или различны понимания дискурса, подавляющее большинство исследований в области лингвистики текста осуществляются как дискурсивно-ориентированные исследования. Текст анализируется в неразрывной связи с его вокруг- и над-текстовым фоном, с экстралингвистическим контекстом. Это означает, что ключевые лингвистические категории, и, в первую очередь, такое центральное для языковедческих разработок понятие как стиль рассматривается в их соотносительности с уровнем дискурса. И именно дискурс с очевидностью воспринимается как еще один уровень языковой системы, следующий за уровнем текста. Именно дискурс как новый объект языкознания фокусирует исследовательские усилия на поиск общих прототипических закономерностей текстовой фиксации коммуникативных процессов. [4]

Соединение общепризнанных подходов к изучению текста-дискурса и новых направлений в его исследовании справедливо и для средств массовой информации и позволит вывести изучение коммуникативно-прагматических особенностей современного языка на новый уровень.

Литература

1. Александрова О.В. Когнитивно-прагматические особенности построения дискурса в средствах массовой информации // Текст и дискурс: традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования: сб.науч.тр. 2002. С.80-82.
2. Добросклонская Т.Г. Теория и методы медиалингвистики (на материале английского языка). М., 2000.
3. Малюга Е.Н. Подходы к изучению вопросительных предложений в англо-американской прессе. М., 2001.
4. Чернявская В.Е. Текст – Дискурс – Стиль. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2004.