



ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИЗУЧЕНИЯ МЕДИАТЕКСТОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Раджапбаева Гулноза Мадрахимовна

УзГУМЯ Лингвистика

Английский язык 2 курс магистратуры

Annotation: *The article clarifies the essential standards of media etymology: its hypothesis, strategies and content design. It presents principle classes and boundaries for the portrayal of media messages, gives typological grouping of printed items in the media and blueprints significant techniques utilized for media messages examination. The fundamental kinds of media messages are addressed by the information, remark and examination, highlights and promoting.*

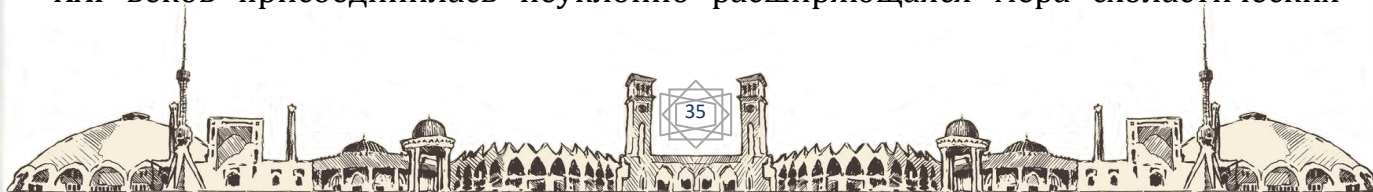
Key words: *media linguistics, mass communication, text production, media, linguistics, concept of media text*

Аннотация: *В статье уточняются сущностные нормы медиаэтимологии: ее гипотеза, стратегии и содержательный дизайн. В нем представлены основные классы и границы для изображения медиасообщений, дается типологическое группирование печатных материалов в медиа и описаны важные методы, используемые для изучения медиасообщений. К основным видам медиа сообщений относятся информация, замечание и проверка, выделение и продвижение.*

Ключевые слова: *медиалингвистика, массовая коммуникация, производство текста, медиа, лингвистика, понятие медиатекста*

Быстрое развитие широких коммуникаций и новых достижений в области корреспонденции в течение более чем тридцати лет чрезвычайно влияет на языковую работу. Эскалация развития традиционных средств массовой информации - прессы, радио и особенно телевидения, взлеты и падения, подобные распространению Интернета, привели к огромным изменениям в современной языковой среде. В настоящее время в средствах массовой информации происходит колоссальная часть обычной языковой работы — дискурса и создания текста. Круглосуточные новостные каналы, различные телевизионные программы и онлайн-версии, постоянное вербальное сотрудничество в межличностных организациях - это ввело еще один тест для исследователей языка, определив новые задачи, выполнение которых требует творческих экзаменационных проектов.

Неудивительно, что к сенсационному развитию дискурса и текстотворчества в кругу массовой переписки в последней половине XX и начале XXI веков присоединилась неуклонно расширяющаяся мера схоластических

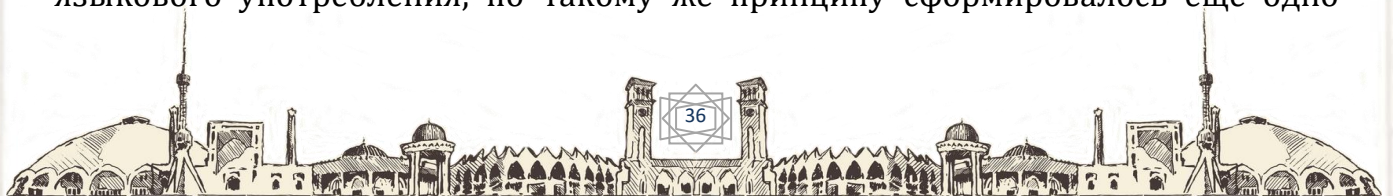




исследований, управляющих различными частями языка, работающими в средства массовой информации - от исключительных качеств новостных текстов до специфики использования языка на веб-сайтах и в неформальных организациях. Эта новая мощно формирующаяся исследовательская область привлекла к себе представителей практически всех разделов фонетики: социальной семантики, психолингвистики, ментальной этимологии, специалистов по разговорному анализу и т. д. Так или иначе, примерно к 2000 г. развитие другой бесспорной части фонетики, т.е. фонетика медиа, которая объединила все прошлые достижения в этой области.

Термин «медиалингвистика» образовался по аналогии со всем набором однотипных терминов, используемых для обозначения новых академических дисциплин, формирующихся на стыке нескольких направлений исследований, таких как социолингвистика, этнолингвистика, медиапсихология, медиаэкономика и т.п. В российский академический дискурс термин «медиалингвистика» вошел сравнительно недавно, в 2000 году, когда он впервые был использован в докторской диссертации Татьяны Добросклонской «Теория и методы медиалингвистики» [Добросклонская 2000]. Двумя годами ранее английский вариант термина «медиалингвистика» можно встретить в работах некоторых британских ученых, например, в статье Джона Корнера «The Scope of Media Linguistics», представленной в виде доклада на конференции Британской ассоциации прикладной лингвистики в 1998 г. [Corner 1998]

Как следует из самого термина, основанного на сочетании двух ключевых компонентов «медиа» и «лингвистика», предметом этой новой дисциплины является изучение функционирования языка в сфере массовой коммуникации. Иными словами, медиалингвистика занимается общим комплексным исследованием конкретной социальной области употребления языка — производством речи в средствах массовой информации. Возникновение медиалингвистики как новой отрасли лингвистики вполне оправдано, если принять во внимание важнейшую роль, которую средства массовой информации играют в обществе на протяжении последних 30 лет. Быстрое развитие печатных и электронных СМИ, быстрый рост виртуальных коммуникаций и Интернета сильно изменили жизнь людей, дав стимулы для развития всего спектра теорий информационного общества. В настоящее время большая часть бытовых речевых практик реализуется в сфере массовой коммуникации — в газетах, на радио, телевидении и в Интернете. Непрерывное развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) приводит к стремительному росту общего объема текстов, передаваемых по каналам СМИ на разных национальных языках в мировом информационном пространстве. Следует также отметить, что медиалингвистика — не единственная дисциплина, которая была выделена как изучение той или иной области языкового употребления, по такому же принципу сформировалось еще одно





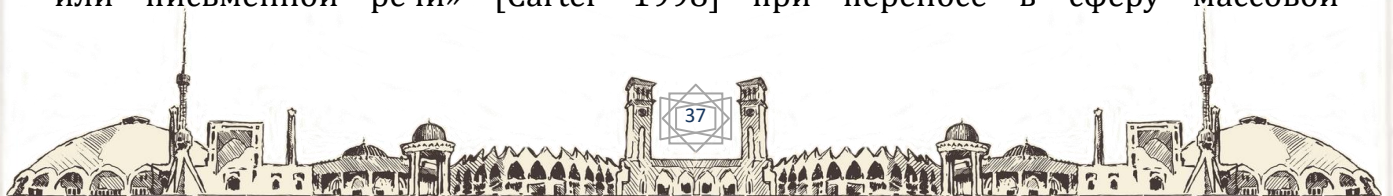
новое направление лингвистических исследований — политическая лингвистика, ориентируясь на изучение речевого производства в политических коммуникациях [Чудинов 2006].

Объективные предпосылки для возникновения медиалингвистики сложились с 1970-х гг., когда в России и Европе стали регулярно появляться различные публикации, специально посвященные функционированию языка в массовой коммуникации. Авторы этих работ анализировали медиатексты в рамках различных академических традиций, включая социалингвистику, функциональную стилистику и прагматику, теорию дискурса, контент-анализ, когнитивную лингвистику и риторическую критику. Внимание было сосредоточено на широком круге вопросов: от определения статуса медиаязыка с точки зрения функциональной стилистики и способов описания различных типов медиатекстов до влияния социокультурных факторов и языковых приемов медиавоздействия на массовые и индивидуальные сознание.

Значительный вклад в формирование основ медиалингвистики внесли следующие российские ученые: С. Бернштейн, Д. Шмелев, В. Костомаров, Ю. Рождественский, Г. Солганик, С. Трескова, И. Лысакова, Б. Кривенко, А. Васильева. Англоязычную традицию представляют Т. ван Дейк, М. Монтгомери, А. Белл, Н. Фэйркло, Р. Фаулер и др.¹ Изучение работ этих ученых позволяет сделать вывод о том, что к концу XX века сложились все необходимые предпосылки для трансформации имеющихся знаний и опыта в полноценную отдельную учебную дисциплину «медиалингвистика». Иначе говоря, общий объем исследований функционирования медиаязыка достиг «критической массы», что позволило перевести исследования данной сферы на новый уровень отдельной дисциплины «медиалингвистика», предложив системный комплексный подход к анализ языковых практик СМИ.

В настоящее время, спустя почти два десятилетия, есть все основания полагать, что медиалингвистика прочно утвердилась и получила широкое признание как новая, быстро развивающаяся дисциплина, привлекающая все большее внимание ученых. Как всякая полноценная научная область, она отвечает определенным условиям и требованиям, таким как: 1) наличие хорошо разработанной теории, которая послужила бы прочной основой для дальнейших исследований в данной области; 2) более или менее устойчивая внутренняя тематическая структура; 3) методология или совокупность приемов и методов анализа; 4) терминология.

Несомненно, важнейшую теоретическую составляющую медиалингвистики составляет понятие медиатекста, которое упоминается практически во всех исследованиях, посвященных речеобразованию в массовой коммуникации. Суть этого понятия можно резюмировать следующим образом: традиционное для языкознания определение текста как «связного и целостного отрезка устной или письменной речи» [Carter 1998] при переносе в сферу массовой





коммуникации значительно расширяет его значение. . В средствах массовой информации понятие текста выходит за формальные границы вербальной знаковой системы и приближается к ее семиотической интерпретации, когда под «текстом» понимается натяжка любого типа знаков, не обязательно вербальных. Большинство исследователей сходятся во мнении, что уровень массовой коммуникации добавляет к понятию текста новые смысловые аспекты, определяемые медийными качествами и характеристиками того или иного канала массовой коммуникации. Таким образом, медиатексты на телевидении не ограничиваются только вербальным проявлением, они включают в себя несколько функциональных уровней: собственно вербальный текст, визуальный (в публицистическом плане «фонд») и звуковой, включающий в себя все возможные воспринимаемые на слух эффекты от голосовых качеств до музыки. Тексты на радио и в печатных изданиях также характеризуются определенным сочетанием вербального уровня с набором особых медийных качеств, определяемых технологическими особенностями того или иного медийного канала, вроде звуковых эффектов на радио или газетной верстке и красочных иллюстраций. в прессе. Таким образом, можно предположить, что медиатексты можно рассматривать как многоуровневые и многомерные явления.

Эту существенную особенность медиатекстов подчеркивают, в частности, многие британские ученые, которые описывают медиатексты как целостное сочетание вербальных и медиахарактеристик. Так, известный исследователь медиаязыка Алан Белл в своей книге «Подходы к медиадискурсу» пишет: «Определения медиатекстов далеко ушли от традиционного взгляда на текст как на слова, напечатанные чернилами на листах бумаги, чтобы воспринимать их. в гораздо более широком определении, включающем речь, музыку и звуковые эффекты, изображение и т. д.... Таким образом, медиатексты отражают технологию, доступную для их производства...» [Bell 1996: 3].

Важным компонентом теории медиалингвистики является набор параметров, специально разработанных для тщательного и связного описания всех возможных типов медиатекстов. Таким образом, центральное понятие медиатекста поддерживается устойчивой системой параметров, позволяющих описывать и классифицировать все тексты, функционирующие в средствах массовой информации, с точки зрения их производства, распространения, вербальных и медийных характеристик. Эта система включает следующие параметры.

- 1) Авторство (текст может быть написан как индивидуально, так и коллективно).
- 2) Тип постановки (устно — письменно).
- 3) Тип изложения (устно — письменно).





4) Медиаканал, используемый для передачи: печатные и электронные СМИ, Интернет.

5) Функциональный тип или жанр текста: новости, комментарии и анализ, очерки, реклама.

6) Тематическая принадлежность (политика, бизнес, культура, образование, спорт и другие универсальные медийные темы, формирующие содержательную структуру повседневного информационного потока).

Терминологическая система медиалингвистики также отражает ее мультидисциплинарный характер и включает в себя термины, заимствованные из других областей гуманитарных наук: лингвистики, социологии, психологии, медиакulturологии. Несмотря на то, что терминологический аппарат медиалингвистики еще только формируется, можно выделить несколько общепринятых терминов, широко используемых для описания функционирования языка в массовой коммуникации. В основном это слова и словосочетания, образованные на основе лексической единицы «медиа», например: медиатекст, медиаречь, медиаландшафт, языковые и медиакачества и характеристики, лингвомедийные приемы убеждения и т.п.

Таким образом, можно сделать вывод, что медиалингвистика сегодня прочно утвердилась как отдельная академическая дисциплина и демонстрирует огромный потенциал для будущих исследований языка в медиа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Белл А. Подходы к медиадискурсу. Блэквелл, Лондон, 1998 г.
2. Белл А. Язык средств массовой информации. Блэквелл, Лондон, 1991.
3. СМИ в Британии. Эд. Стоукс Дж., Рединг А. Макмиллан, Лондон, 1999.
4. Ван Дейк Т. А. Идеология: мультидисциплинарный подход. Сейдж, Лондон, 1998.
5. Ван Дейк Т. А. Новости как дискурс. Хиллсдейл, Нью-Йорк, 1998 год.
6. Фаулер Р. Язык в новостях: дискурс и идеология в прессе. Рутледж, Лондон, 2001.
7. Добросклонская Т. Теория и методы медиалингвистики. Докторская диссертация, Москва, 2000 [Добросклонская Т. Г. Дис. ... докт. филол. наук. Москва, 2000].

