ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МЕДИАТЕКСТОВ КАК СРЕДСТВА МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

LINGUISTIC AND STYLISTIC FEATURES OF MEDIA TEXTS AS A MEANS OF MEDIA COMMUNICATION

Ju. Kalanzhiy

Summary. The Social phenomenon of communication, constituting the traditional object of interdisciplinary research of linguistics in recent decades, is studied from the perspective of the independent scientific direction formed by the end of the twentieth century — medialinguistics. The theory of communication in the second half of the twentieth century acquired the status of a scientific discipline studying the methods and systems of communication, the problems of reception, transmission and coding of two-digit code. Having formed as a scientific direction in the twentieth century, the problems of communication theory becomes the object of numerous studies. The article presents a model developed on the basis of a systematic approach. R. Jacobson's model of communication is accepted as a basic for the development of this model of media communication.

Keywords: media communication, model of communication, system approach, media linguistics, media text.

Каланжий Юлия Ростиславовна
Адъюнкт, Военный университет МО РФ
Raffaela_411@mail.ru

Аннотация. Социальный феномен коммуникации, составляя традиционный объект междисциплинарных исследований лингвистики в последние десятилетия изучается так же с позиции сформировавшегося к концу XX века самостоятельного научного направления — медиалингвистика. Теория коммуникации еще во второй половине XX века приобрела статус научной дисциплины, изучающей методы и системы коммуникации, проблемы приема, передачи и кодировки двухзначного кода. Сформировавшись как научное направление в XX веке, проблематика теории коммуникации становится объектом многочисленных исследований. В статье представлена модель, разработанная на основе системного подхода. В качестве оснований разработки данной модели медиакоммуникации принимается модель коммуникации Р. Якобсона.

Ключевые слова: медиакоммуникация, модель коммуникации, системный подход, медиалингвистика, медиатекст.

В настоящее время во всем мире возрастает интерес лингвистов к изучению языка средств массовой информации, поскольку в публицистическом тексте наиболее ярко и динамично отражаются все социальные изменения, происходящие в современном информационном социуме. Распространение информационных технологий и увеличение объема информации в конце XX — начале XXI вв., привело к усилению воздействия современных массмедиа на общественное сознание и обусловило введение в научный оборот понятия «медиатекст», который в обобщенной трактовке используется для обозначения всей совокупности текстов массовой коммуникации.

Социальный феномен коммуникации, составляя традиционный объект междисциплинарных исследований лингвистики (социологии, кибернетики, политологии, социобиологии, философии, психологии, и культурологии и т.д.) в последние десятилетия изучается так же с позиции сформировавшегося к концу XX века самостоятельного научного направления — медиалингвистика, (от английского medialinguistics)- задачи и программа исследований которого были сформулированы в статье Джона Корнера "The Scope of Media Linguistics и составляет ключевое понятие медиадискурса.

В словаре В.И. Даля это понятие фиксируется как калька с французского в значении «сообщение, пути, дороги, средства связи», в этом же значении оно и функционировало в языке вплоть до XX в. [7]. Понятие конкретизируется в энциклопедическом словаре Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона (1890–1907), но в соответствии с приведенной трактовкой коммуникация определяется как «военный термин: …пути, соединяющие базу (территориальную полосу в тылу армии, на которой собраны все средства для ведения войны) с местом расположения армии» [8, с. 98].

В широком смысле коммуникация трактуется как связь, соединение, объединение; а в узком — как процесс смыслового обмена между людьми и составляет основу кибернетической теории информации в лингвистике.

Теория коммуникации еще во второй половине XX века приобрела статус научной дисциплины, изу-

чающей методы и системы коммуникации, проблемы приема, передачи и кодировки двухзначного кода. Сформировавшись как научное направление в XX веке, проблематика теории коммуникации становится объектом многочисленных исследований после Второй мировой войны, о чем свидетельствует наличие к началу 1960-х годов более 100 определений коммуникации, разработанных в исследованиях по философии и социологии.

Так, анализ, проведенный В.Я. Мыркиным, позволил выявить «несколько определений понятия «коммуникация»:

1. Коммуникация как средство передачи информации (опыта) от одного индивида к другому по различным каналам связи.
2. Коммуникация как взаимное и совместное понимание.
3. Коммуникация как общение, как коммуникативная деятельность по обмену сведениями, цель которых — изменение поведения собеседника.
4. Коммуникация как способ внутренней организации и внутренней эволюции общества как целого.
5. Коммуникация как одна из форм всеобщей связи между явлениями.

Приведенные выше трактовки свидетельствуют о «наличии трех уровней интерпретации понятия коммуникации: первый — модель процесса коммуникации между индивидами; второй — роль коммуникации в обществе в целом как способ его организации; третий — роль коммуникации во всем живом мире» [2, с. 97].

Модель процесса коммуникации между индивидами характеризует отбор языковых средств — стиля в процессе речь (высказывание, текст), а коммуникативная функция — важной функцией языка как средства общения.

При всем многообразии понятий и подходов к разработке теории коммуникации, большинство из них проводит исследования с позиции социального подхода, предмет которого составляет социальная коммуникация, под которой понимается специфика передачи информации через процесс кодирования не только посредством языкового кода, но и специальных знаковых систем, т.е. вербальным и невербальным способами. В медиалингвистике базовое понятие — «коммуникация» составляет один из основных компонентов медиапространства и трактуется как процесс передачи информации по принципу кодирования.

На основании составляющих коммуникативной ситуации (адресант, адресат, сообщение/текст, сопутствующие обстоятельства) текст предстает как коммуникативно-самостоятельная единица, обладающая конкретными коммуникативными признаками. К коммуникативным характеристикам текста относятся следующие свойства: информативность, интенциональность, мотивированность, тематичность, ситуативность и межтекстуальность.

Критерий «информативность» характеризует неабсолютное количество информации, содержащейся в тексте, функционирующем в процессе коммуникации, не общую его информационную наполненность, а лишь ту информацию, которая будет получена при его освещении, т.е. часть новой информации для адресата. З.Н. Клычниковой отмечается, «что оценкой информативности является мера адекватности интерпретации реципиентом замысла цели, основной идеи сообщения».

Создание и освещение текстов в процессе коммуникации, как отмечается многими лингвистами, зависит от следующих факторов: а) наличия и реализации коммуникативных намерений; б) реализация коммуникативной цели отправителя информации; в) мотивов воспринимающего информацию. Тема, которая содержится в тексте и определяет выбор средств влияния на адресата. В теме текста проявляются разнообразные и многосторонние явления и отношения объективной реальности, организуемые автором в соответствии с его коммуникативным намерением по определенным типам смысловой структуры (фрейму), посредством которых достигается цель коммуникативного воздействия.

Текст (речевое высказывание) представляет собой способ речевого взаимодействие между адресантом и адресата, осуществляющегося посредством единицы коммуникации.

«Основной единицей коммуникации является речевой коммуникативный акт, т.е. законченная часть языкового взаимодействия, имеющая естественные границы. Коммуникативный акт включается в акт совместной деятельности индивидов, объединяющий физическую, интеллектуальную, эмоциональную, бессознательную и прочие виды человеческой деятельности» [8, с. 98].

С позиции медиалингвистики процесс коммуникации характеризуется спецификой, которая до настоящего времени не составляла предмет исследований, позволяющих детерминировать ее характеристики, основываясь на системном подходе. В качестве оснований разработки модели медиакоммуникации принимается представленная ниже модель коммуникации Р. Якобсона [10, С. 193–230]

Необходимыми компонентами коммуникативно-речевой ситуации являются отправитель информации

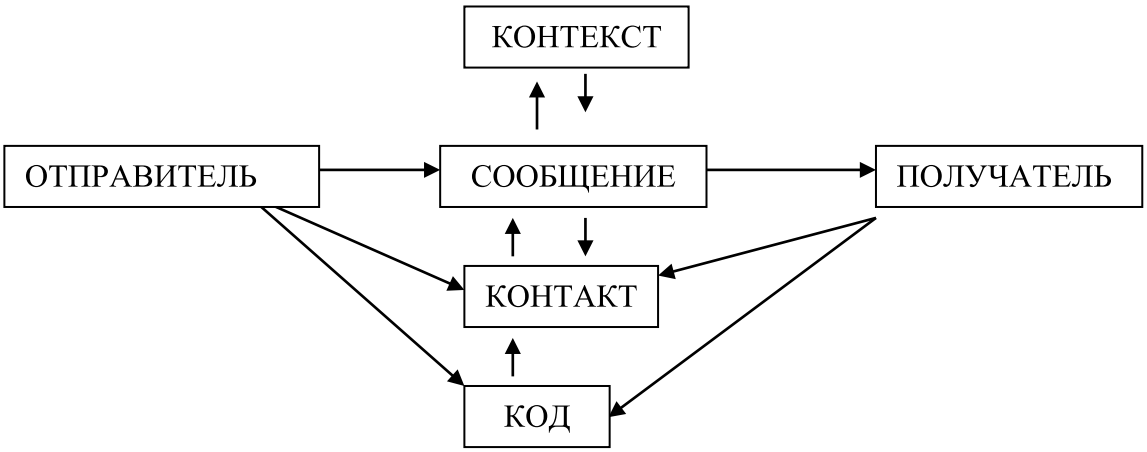


Рис. 1

(автор) и получатель информации (адресат). Для успешной реализации коммуникативного акта необходимо наличие коммуникативного задания, которое состоит из практических и коммуникативных целей.

Отправителю информации необходимо выразить свою мысль в языковой форме так, чтобы она была доступна и понятна получателю информации (они должны иметь общий языковой код и контакт). Основой этого выступают процессы вербализации (оформления мыслей автором при помощи единиц языка — кодирование) и понимания слов отправителя получателем информации. Контакт осуществляется по большей части за счет общего языкового кода.

Сообщение (порожденное высказывание) — результат успешного взаимодействия автора и адресата. Важнейшую роль речевой коммуникации играет сфера общения (рис. 1).

Соотнесение компонентов модели, разработанной Р. Якобсоном, с понятиями, составляющими элементы медиадискурса, позволяет выявить функциональные модель коммуникации в медипространстве как системы и детерминировать особенности медиатекста как центрального компонента этой системы.

Содержанием компонента «контекст» составляет национальная культура как совокупность ценностей, норм, и т.д.

В компонент «отправитель» входят позиция и цель воздействия на получателя, которые задаются автору медиатекста определенной социальной группой.

Компонент «получатель» означает коллективный субъект языковой общности, являющейся целевой аудиторией, представленной совокупностью индивидуальны субъектов (читателей, зрителей, слушателей)

Понятие «код» соотносится с характером воздействия подразделяемому по основанию специфики знака на вербальный, являющийся основным и невербальный. В качестве вербального кода выступает национальный язык в совокупности средств языковой системы, и стилевых норм, специфика которых детерминируется как компонентом «контекст», так и целью воздействия, входящей в содержание компонента «отправитель».

Компонент «сообщение» означает медиатекст, специфика которого детерминируется компонентами национальная культура («контекст») и позиция и цель воздействия на получателя («отправитель»).

В системе медийной коммуникации специфика компонента «контакт» состоит в латентном выражении ответного речевого действия, проявляющегося в форме мнений, чувств, понятий индивидуального субъекта и понятий на уровне национального массового сознания (компонент «получатель»).

Таким образом, медиакоммуникация с позиции системного подхода представляет систему. Системообразующим компонентом медийной коммуникации является медиатекст. Как свидетельствует представленная модель, разработанная на основе системного подхода, специфика медиатекста как системообразующего компонента медиакоммуникации детерминируется компонентами национальной культуры, национальным языком как средством репрезентации концептов компонента «национальная культура», выражающаяся в специфике языковых средств, стилевых норм и компонента «позиция и цель воздействия на получателя» заданные автору медиатекста категории «отправитель».

ЛИТЕРАТУРА

1. Земская Ю.Н., Качесова И.Ю., Комиссарова Л.М., Панченко Н.В., Чувакин А.А. Теория текста. – М., 2010. – 193 с.
2. Мыркин В.Я., Мыркин В.Я. Помор. междунар. пед.? «Язык-речь-контекст-смысл: Учеб. пособие ун-т им. М.В. Ломоносова. – Архангельск: Изд-во Помор. междунар.пед.ун-та, 1994. – 97 с.
3. Полонский А.В. Сущность и язык публицистики. – Белгород, 2009. – 157 с.
4. Рождественский Ю.В. Теория риторики. – М.: Добросовет, 1997. – 597 с.
5. Солганик Г.Я. Стилистика текста. – М., 2006. –190 с.
6. Толковый словарь Даля. Электронный ресурс. URL: http://www.rae.es/ (Дата обращения 25.05.2017)
7. Чернышова Т.В. Современный публицистический дискурс (коммуникативно-стилистический аспект): Учебное пособие. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. – 178 с.
8. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. – М., 2009. – 98 с.
9. Шкондин М.В. Периодическая печать: системные основы типологии. – М., 2007. – С.10-45
10. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». – М., 1975. – С. 193-230.
11. Mass Comunication Research Methods. – London, 1998. – 137 p.

© Каланжий Юлия Ростиславовна (Raffaela_411@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Военный университет МО РФ