

ОСОБЕННОСТИ МАССМЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

М.А.Кобак (Брест, БрГУ)

В статье рассматривается понятие массмедийного дискурса, его особенности и функции в современном обществе, анализируются различные подходы к определению медиадискурса, его структуру и составляющие. Особое внимание уделяется роли медиатекстов как элементов массмедийного дискурса, потому что они формируют общественное мнение и отражают социально-культурную практику. Автор рассматривает массмедийный дискурс как специфическую форму речевой деятельности в сфере массовой коммуникации, которая оказывает влияние на формирование общественного мнения и социальной реальности. Автор делает вывод о том, что массмедийный дискурс является сложным и многогранным объектом исследования, требующим комплексного и междисциплинарного подхода

Ключевые слова: массмедийный дискурс; дискурс; медиатекст; массовая коммуникация.

PECULIARITIES OF MASS MEDIA DISCOURSE

M.A.Kobak (Brest, BrSU)

The article deals with the concept of mass media discourse, its peculiarities and functions in modern society, analyzing various approaches to the definition of media discourse, its structure and components. Particular attention is paid to the role of media texts as elements of mass media discourse, because they form public opinion and reflect socio-cultural practices. The author considers mass media discourse as a specific form of speech activity in the sphere of mass communication, which influences the formation of public opinion and social reality. The author concludes that mass media discourse is a complex and multifaceted object of research that requires a complex and interdisciplinary approach.

Key words: mass media discourse; discourse; media text; mass communication.

В последние годы понятие массмедийного дискурса (или медиадискурса) прочно вошло в научный оборот и стало предметом исследований различных дисциплин: лингвистики, социологии, психологии, политологии и др.

Практически каждый из нас подвержен влиянию средств массовой информации. Важность массмедиа в современном мире неоспорима. Этот дискурс играет важную роль в формировании социальной реальности, и его сила и влияние очевидны. Иными словами, массмедиа – это площадка, на которой собираются самые разные идеи, сталкиваются противоречивые мнения, формируются, развиваются коммуникативные потребности и способности человека.

Понятие «медиадискурса» в научной исследовательской практике закрепилось благодаря трудам Т.Г. Добросклонской, по мнению которой он является «сообщением в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации (отправитель, получатель сообщения, канал, обратная связь, ситуация общения или контекст)» [1, с. 22].

Дискурс массмедиа представляет собой комплекс речевых процессов и продуктов, осуществляемых в рамках массовой коммуникации, и отражает разнообразие и сложность их взаимосвязей.

Термин «массмедийный дискурс» относится к сфере массовой коммуникации как процессу обмена информацией между всеми участниками общества, направленному на формирование общественного мнения относительно социально значимого аспекта общественной жизни.

Массмедийный дискурс – это, прежде всего, совокупность медиатекстов. Данная точка зрения характерна для работ многих исследователей массмедийного дискурса, например, Н.И. Клушиной, которая считает, что дискурс – это «... не конкретный отдельный текст, включенный в коммуникативную ситуацию, а совокупность ... текстов, каждый из которых воспринимается и идентифицируется как языковой коррелят определенной социально-культурной практики. Таким образом, текст – это составной элемент дискурса, соотносящийся с соответствующей ментальной практикой» [2, с. 24].

Некоторые авторы рассматривают понятие «массмедийный дискурс» с разных точек зрения, например, Н.Ф. Алефиренко уточняет, что дискурс СМИ – это, с одной стороны, «речемыслительное образование событийного характера в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами», к отличительным признакам которого относится «коммуникативное событие как сплав языковой формы, знаний и коммуникативно-прагматической ситуации», а с другой – «социальная деятельность, в рамках которой ведущую роль играют когнитивные образования, фокусирующие в себе различные аспекты внутреннего мира языковой личности. Дискурс, преломляя и интерпретируя поступающую в языковое сознание информацию, становится своеобразным смыслогенерирующим и миропорождающим устройством» [3, с. 10].

Массмедийный дискурс чувствителен к контексту реального социального бытия, обозначенного социальными фактами. Его непосредственная цель – формирование общественного сознания и актуального общественного мнения. Тексты СМИ выражают как личностные, так и социальные смыслы отношения людей к действительности.

Структура массмедийного дискурса включает в себя несколько ключевых элементов:

1. Тема и контекст: массмедийный дискурс обычно начинается с определенной темы или проблемы, которая становится объектом обсуждения в средствах массовой информации.

2. Источники информации: в массмедийном дискурсе используются различные источники информации, такие как экспертные мнения, официальные заявления, статистические данные для подтверждения или опровержения определенных утверждений.

3. Языковые средства: Массмедийный дискурс часто использует разнообразные языковые средства, такие как риторические приемы, эмоциональную окраску, стилистические приемы для убеждения аудитории в определенной точке зрения.

Функции массмедийного дискурса включают в себя следующие аспекты:

1. Информационная функция предоставляет аудитории актуальную информацию о происходящих событиях, проблемах и тенденциях в обществе.

2. Коммуникативная функция служит средством коммуникации между различными социальными группами и индивидами, позволяя им выразить свои взгляды и мнения.

3. Манипулятивная функция предполагает использование для воздействия на массовое сознание и формирования определенных стереотипов у аудитории.

Таким образом, массмедийный дискурс – это процесс создания, конкретизации и передачи текстов, содержащих социально значимые формы, которые отражают характеристики воспроизводимого сознания. Дискурс определяет способы представления и использования информации, а также типы форм содержания, организованные в связи с социальными практиками, социальной памятью (традициями) и ценностями, связанными с воображением.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Добросклонская, Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 20–33.
2. Клушина, Н. И. Стилистика публицистического текста / Н. И. Клушина. – М.: МедиаМир, 2008. – 242 с.
3. Абрамова, Е. С. Массмедийный дискурс: сущность и особенности / Е. С. Абрамова // Филологические науки. Вопросы теории и практики [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gramota.net/materials/2/2014/12-1/2.html> (дата обращения: 29.01.2024).