

МЕДИЙНЫЙ ДИСКУРС КАК ОТРАЖЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ЯЗЫКА

Матиевская Д. Ю. (Учреждение образования «Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова», кафедра теоретической и прикладной лингвистики)

Аннотация. В статье дается характеристика феномена массмедийного дискурса. Рассматриваются характерные особенности таких разновидностей медиадискурса, как телевизионный дискурс, дискурс печатных изданий и Интернет-дискурс, а также современные тенденции развития языка.

В эпоху глобализации и динамичного развития общества особая роль отводится средствам массовой информации. Язык массовой коммуникации наиболее актуально отражает самые последние явления и на-

правления в социальной реальности. Дискурс масс-медиа определяет речевое поведение индивидов, способствует формированию социальных стереотипов, мнений и оценок аудитории, так как события и факты, освещаемые СМИ, воспринимаются массовым адресатом как объективные, реальные.

По определению М.Р. Желтухиной, медийный дискурс представляет собой «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» [4, с. 156–157]. Такой подход к анализу медийного дискурса обуславливает возможность его междисциплинарного исследования в рамках таких интегративных дисциплин, как психолингвистика, социопсихология, социоллингвистика и др., так как «изучение взаимодействия многих факторов, которые обуславливают массовую коммуникацию, позволяет выявить самое сокровенное – ее механизм, способ функционирования и средства воздействия на общество и индивидов» [5, с. 215].

Помимо традиционных теле-, радиодискурса и дискурса печатных изданий, современная медиалингвистика охватывает рекламный и PR-дискурс, а также дискурс Интернет-коммуникации. Все эти разновидности медиадискурса формируют медиaprостранство, т. е. особую реальность, в которой «происходит коммуникативная интеракция» [6, с. 114].

Медийный дискурс тесно связан с жизнью общества и оказывает огромное влияние на его членов. По мнению исследователей, телевизионный дискурс является основным источником формирования картины мира и представлений о действительности у современного человека [2; 3]. Данный вид медиадискурса признается сейчас наиболее популярным и оказывающим огромное влияние на массовую аудиторию, несмотря на широкое распространение Интернета. Т.Г. Добросклонская связывает это с практически совершенной системой кодифицированного воздействия, «поскольку к уровням вербальному и звуковому прибавляется уровень визуальный, а именно движущееся цветное изображение» [3, с. 21–22]. Посредством визуального и звукового компонентов реализуется также невербальный компонент, который используется для создания прагматического контекста, что дает возможность избежать двусмысленных интерпретаций и облегчает восприятие. Современный телевизионный дискурс является объектом анализа многочисленных исследований (R.A. Mora, S. Hall, Е.Г. Ларина, М.Е. Фролов, и др.).

Дискурс печатных изданий получил весьма широкое исследование в зарубежной и отечественной лингвистике, поскольку является старейшей разновидностью медийного дискурса и наиболее удобным материалом для изучения. По мнению лингвистов, языковые свойства дискурса периодической печати оказывают как положительное, так и отрицательное влияние на литературный язык. Например, отмечаются такие негативные черты языка газет, как большое количество штампов, неоправданных заимствований, речевых ошибок. В то же время, как замечает Г.Я. Солганик, происходит демократизация языка СМИ, расширение газетного лексикона. Кроме этого, в дискурсе печатных изданий заметна тенденция к усилению информативности речи, происходит эволюция и синтез в его жанровой системе, формируются новые жанры [7, с. 15].

Востребованные сегодня Интернет-СМИ создают новый тип вербальной и аудиовизуальной реальности, оказавшись в которой можно общаться с другими людьми. Формируется особый диалогический «сетевой язык» Интернета, специфика которого имеет межнациональный характер. Такие характеристики, как анонимность, оперативность представления информации, ее регулярная обновляемость обуславливают своеобразие Интернет-коммуникации [1; 8, с. 656]. Для Интернет-коммуникации также характерна возможность общения в реальном времени, преодолевая любое пространство.

В настоящее время усиливается тенденция к глобализации всего информационного пространства, выдвигаются гипотезы об использовании широкого диапазона универсальных разноуровневых средств и языковых приемов в медиадискурсах различных языков. Однако наиболее важным в изучении языка СМИ является анализ «лингвистических и медийных особенностей конкретных подязыков массовой информации – языка прессы, языка радио, языка телевидения, особенностей речеупотребления в Интернете» [3, с. 21].

В последние годы понятие массмедийного дискурса (или медиадискурса) прочно вошло в обиход гуманитарной науки, что является вполне закономерным следствием активного распространения как концепции дискурса вообще, так и дискурсивного анализа в частности. Таким образом, обобщая результаты исследований медийного дискурса [2; 3], можно выделить такие его наиболее характерные черты, как динамичность языковой нормы; снижение нормы устного говорения; тематическую неисчерпаемость; разнообразие лексики и активное использование в речи иноязычных вкраплений, интертекстуальных включений, игры слов на основе их многозначности и сочетаемости; активизацию механизмов свободного построения дискурса и отход от схематичности при изложении фактов; изменение синтаксического построения речи [7, с. 12].

Литература

1. Володина, М. Н. СМИ как форма «общественного диалога» / М. Н. Володина // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – 3-е изд. – М. : Флинта: Наука, 2008. – С. 31–43.
2. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т. Г. Добросклонская. – 2-е изд. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
3. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ : современная английская медиаречь / Т. Г. Добросклонская. – М. : Наука, 2008. – 264 с.
4. Желтухина, М. Р. Специфика масс-медиального дискурса / М. Р. Желтухина // Язык и общество на пороге нового тысячелетия: итоги и перспективы : тез. докл. Междунар. конф., Москва, 23–25 окт. 2001 г. / редкол.: В. Ю. Михальченко (отв. ред.) [и др.]. – М. : Едиториал УРСС, 2001. – С. 156–159.
5. Конецкая, В. П. Социология коммуникации : учеб. пособие / В. П. Конецкая. – М. : Изд-во МУБиУ, 1997. – 304 с.
6. Оломская, Н. Н. Медиапространство как поле функционирования дискурсов: к изучению дисциплины / Н. Н. Оломская // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 2 (13). – С. 113–115.
7. Шевцова, А. К. Жанр радиодискуссии в британской и белорусской лингвокультурах : монография / А. К. Шевцова. – Могилев : МГУ имени А.А. Кулешова, 2016. – 180 с. : ил.
8. Юдина, Т. В. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации / Т. В. Юдина // Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов / под ред. М. Н. Володиной. – М. : Альма Матер, 2008. – С. 654–658.