

Методы анализа и реферирования медиатекстов

Рубец Роман Сергеевич

Магистрант УО «Брестский государственный университет
имени А.С. Пушкина»

Тексты средств массовой информации являются сегодня объектом изучения различных дисциплин – лингвистики, социологии, психологии, стилистики, культурологии, политологии, межкультурной коммуникации, что определяет междисциплинарный характер медиатекстов. Для изучения текстов массовой информации применяется весь спектр методов текстовой обработки. Среди наиболее распространённых можно выделить следующие: метод лингвистического анализа, метод контент-анализа, метод дискурсивного анализа, метод критической лингвистики, метод лингвистической экспертизы медиатекста, метод когнитивного анализа, метод лингвокультурологического и когнитивного анализа.

Методы лингвистического анализа – это группа традиционных для лингвистики текста методов семантического, стилистического, морфологического, синтаксического анализа. По мнению Т.Г. Добросклонской особенно важным является метод сплошного текстологического анализа «... позволяющий выявить закономерности построения текстов массовой информации на синтагматическом и стилистическом уровнях» [1, с. 51]. Группа лингвистических методов анализа медиатекстов позволяет выявить устойчивую сочетаемость единиц, характерную для различных медиатопиков, и определить особенности стилистических приёмов с точки зрения реализации общей коммуникативной перспективы медиатекста, таким образом, раскрывая закономерности организации каждого уровня медиатекста.

Значительную роль в изучении текстов массовой информации играет метод контент-анализа. Данный метод основан на статистическом подсчёте специально выбранных единиц текста. Б. Берельсон (B. Berelson) определяет контент-анализ как «метод исследования для объективного, систематического и количественного описания явного содержания коммуникации» [2, с. 15]. Методологическая ценность контент-анализа обусловлена тем, что в роли единиц подсчёта может выступать любой компонент медиатекста. Такой подход позволяет составить адекватное представление о социальной реальности, репрезентируемой средствами массовой коммуникации. Кроме этого метод контент-анализа позволяет выявить частотные единицы тематически связанной лексики, устойчивые коллокации, наиболее распространённые способы ссылки на источник информации, приоритетные топики новостных текстов и т.д. [1, с. 53].

Метод дискурсивного анализа позволяет сосредоточить внимание не только на внешних формальных признаках текста, но, и на целом ряде экстралингвистических факторов. При дискурсивном подходе каждый медиатекст рассматривается через призму общественно-идеологических связей, учитывая социальные интересы и политические взгляды участников массовой коммуникации. Концепция дискурса значительно расширяет возможности описания текста, подчеркивая значимость изучения экстралингвистических факторов, сопровождающих коммуникацию.

Цель метода критической лингвистики заключается в обнаружении и изучении идеологически окрашенных компонентов текста. Основные положения данного направления определяются тем, что знаки языка и способы их актуализации не носят нейтрального характера. Особо подчёркивается в рамках данного метода необходимость выявления и описания идеологических средств воздействия, присутствующих в текстах. Особое внимание при этом уделяется анализу текстов массовой информации. Это связано с тем, что данный вид текстов по своей природе глубоко идеологизированный.

Огромное внимание изучению текстов массовой информации уделяется в рамках когнитивной лингвистики. Когнитивисты исследуют медиатексты в связи с общими проблемами категоризации и концептуализации и в связи с вопросами языковой картины мира. Когнитивный подход позволяет ответить на вопрос о способах взаимодействия между реальной действительностью и её медийной репрезентацией. Когнитивное освоение реальности зависит от интерпретаций, производимых и распространяемых по каналам массовой коммуникации. Механизм функционирования СМИ предполагает не только отражение окружающей действительности, но и её интерпретацию, способствующую созданию определенного идеологического фона.

Многие исследователи отмечают способность медиа влиять на общественное и индивидуальное сознание. Данное влияние осуществляется с помощью идеологизированных концептов и интерпретаций, отражающих определенные системы ценностей и отношений. Данное свойство в большей мере характерно новостным и информационно-аналитическим медиатекстам.

Лингвокультурологический метод имеет большое значение для анализа медиатекстов, поскольку корпус медиаречи является важнейшим компонентом культуры. Тексты массовой информации насыщены культурозначимой информацией, в них также фиксируются и отражаются общие и специфические особенности функционирования национальных языков и культур. Выявление и описание культурозначимых компонентов

медиааречи поэтому оказывается сегодня одной из важнейших исследовательских задач [1, с 58].

В рамках культурологического метода внимание акцентируется на экстралингвистических аспектах текста. К таким аспектам относятся: культурообусловленные образы, аудио или видеофрагменты. Культурологический метод позволяет сравнить, как аналогичные темы и образы актуализируются в медиадискурсе разных стран [1, с. 58].

Суть метода медиалингвистического анализа, по мнению Т.Г. Добросклонской заключается в «...обнаружении и описании закономерностей взаимодействия вербального и медийного рядов, в изучении особенностей использования знаков медийного уровня, а также различных вариантов комбинаций элементов всех уровней медиатекста: слово – звук – изображение, слово – графическое оформление – образ и т.д.» [1, с. 58].

Интеграция разных методов анализа медиатекстов в рамках медиалингвистики позволяет получить комплексное представление о свойствах и стилистике медиааречи, особенностях воздействия на индивидуальное и массовое сознание, о способах взаимодействия вербального и медийного уровней, о роли культурозначимых компонентов.

Таким образом, можно сделать вывод, что представленные методы изучения медиатекстов позволяют получить комплексное представление о лингвистических, культурологических, идеологических и экстралингвистических аспектах медиатекста. На наш взгляд, группа лингвистических методов, а также методы дискурсивного и лингвокультурологического анализа являются наиболее актуальными в контексте дидактического процесса средней школы. Данные методы позволяют определить стилистические приемы, используемые в медиааречи, выявить частотные единицы тематически связанной лексики, экстралингвистические факторы, сопровождающие коммуникацию, определить общие и специфические особенности функционирования национальных языков и культур, что является неотъемлемой частью обучения иностранному языку в условиях интеграции языкового и медиаобразования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. / Т.Г. Добросклонская. – М.: Москва, 2008. – 203 с.
2. Berelson, B. Content Analysis in Communication Research / B. Berelson. – Glencoe: The Free Press, 1952. – 220 p.