

Дискурс СМИ: тенденции к определению понятия (от дискурса к коммуникации)

Валерия Росликова

Сибирский Федеральный Университет

Институт филологии и языковой коммуникации

316.773.4 - Значение и интерпретация предмета коммуникации

Аннотация: В тексте доклада ставится цель рассмотреть дискурс СМИ как самостоятельную единицу. В результате анализа других научных исследований автором последовательно доказывается то, что выделение дискурса СМИ как отдельной дефиниции СМИ кажется не целесообразным. На основе проведенного исследования предлагается провести параллели между понятиями дискурс СМИ и коммуникацией (в СМИ). Включая в общий контекст материала понятие коммуникации, автор предлагает ее определение, формулирует основные характеристики, а также предпринимает попытку сопоставительного анализа понятия дискурс СМИ и коммуникации в СМИ с точки зрения их семантической (терминологической) адекватности.

Ключевые слова: коммуникация, дискурс

Введение

Актуальность проведенного исследования заключается в том, что вопрос определения дискурса, и дискурса СМИ – в частности, - является дискуссионным до сегодняшнего дня. Примером этого будет являться то, что во многих работах дискурс СМИ (Кибрик А.А. Обосновано ли понятие «дискурс СМИ»?; Какорина Е.В., Активные процессы в языке СМИ) либо вообще не выделяется как отдельная единица, либо синтезирует с медиадискурсом. Целью моего исследования будет понять - является ли дискурс СМИ самостоятельной единицей.

Четкого понимания дискурса как дефиниции в научных работах нет. Следовательно, довольно неясно представлено понятие «дискурса СМИ» в журналистской практике.

Тезис 1. Дискурс как человеческий опыт.

В лингвистике критический дискурс-анализ рассматривает дискурс как язык, используемый в речи или письме — как форму «социальной практики».

Различается три подхода к определению дискурса. Для нас важен второй - дискурс «как всякое употребление языка». Этот подход предполагает

обусловленность анализа функций дискурса изучением функций языка в социокультурном контексте. Также на социальный контекст делает акцент и М.Стаббс. (Прохоров, 2004)

Исходя из вышенаписанного, дискурс можно понимать двояко:

1) Дискурс как катализатор для того, чтобы говорить (та социальная практика, которая побуждает человека говорить те или иные вещи)

2) Дискурс как разговор, который впоследствии мы сможем назвать социальной практикой (формирует реальность).

Получается, что дискурс как лингвистическое понятие это и есть тот человеческий опыт, который формирует речь человека как письменную, так и устную.

Тезис 2. От общего к частному. Можно ли соотнести медиадискурс и дискурс СМИ?

Дискурс СМИ – это синтез других дискурсов в отношениях с которыми находятся средства массовой информации. Значит, границы дискурса СМИ не могут быть представлены, потому что они постоянно расширяются.

В своей работе «Обосновано ли понятие «дискурс СМИ»?» А.А.Кибрик говорит о том, что дискурса СМИ как отдельной дефиниции нет. В проблематики дискурсивного анализа он затрагивает три круга проблем: Во-первых, это проблематика структуры дискурса. Второй круг проблем – это влияние дискурсивных факторов на более «мелкие» языковые уровни (это влияние наблюдается на разных уровнях – от фонетики до синтаксиса). Наконец, третий основной круг проблем дискурсивного анализа – это таксономия дискурса.

Оппозиционный характер имеет работа Е.В.Какориной, где она пишет, что изменения в языке СМИ во многом определяется социокультурным и коммуникативным контекстом, основной формой существования которого является дискурс СМИ. Под дискурсом СМИ в этой работе понимается объединения всех дискурсов (рекламных, научных, деловых и т.д) в один общий дискурс mass media. Я считаю такую позицию в корне не верной. Mass media и СМИ – это совершенно два разных понятия, которые не могут быть синтезированы.

Тезис 3. Дискурс СМИ или коммуникация?

Рассмотрев две принципиально разные точки зрения, встала необходимость провести свой собственный анализ дискурса СМИ на основе признаков дискурса Ю.Е Прохорова.

1. Говоря про модель языка в дискурсе СМИ, мы не анализируем стилистику и семантику в предложении. Мы говорим про те данные, которые находятся на поверхности.

2. Под влиянием Интернета круг коммуникации расширился еще больше. Любой пользователь Интернета может вступить в диалог с другим пользователем. Если говорить про традиционные СМИ, то, безусловно, главная их функция – информационная. То есть передача сообщения аудитории, вопрос коммуникативной основы дискурса СМИ отпадает.

3. Стоит сделать ссылку на социальный контекст дискурса СМИ и суть понятия. Говоря про дискурс СМИ, мы понимаем: 1) Ту социальную картину, которая движет СМИ при написании материала (доккоммуникативная стадия). 2) Уже написанные тексты, которые формируют действительность (посткоммуникативная стадия).

4. Центральная роль в коммуникативной ситуации принадлежит людям, а не средствам общения.

5. Текст как продукт коммуникации имеет несколько изменений, главными из которых являются порождения и интерпретации текста.

Все посылы СМИ как дискурса сводятся к взаимодействию СМИ с аудиторией, что в социальной практике называется коммуникацией.

Дискурс СМИ, по своей сути, абсолютно схож с линейной моделью коммуникации Г. Лассуэла, включающей в себя 5 основных элементов коммуникативного процесса: кто? (передаёт сообщение), что? (передаётся), как? (осуществляется передача); кому? (направлено сообщение), с каким эффектом? (эффективность сообщения). Также дискурс СМИ по функциональности соответствует функциям коммуникации: адаптация, интеграция, целедостижения.

Вывод: Проведя краткий анализ понятия дискурс СМИ и коммуникации, я пришла к выводу, что неоправданно дискурс СМИ относить к отдельной единице, потому границы, что является важным элементом любой дефиниции, размыты и четкого деления дискурса СМИ с другими дискурсами не представлены. Исходя из этого, можно предположить, что дискурс СМИ не что иное, как коммуникация, признакам и функции которой дискурс СМИ соответствует.

Литература

1. Книги одного автора:

Корконосенко С.Г., 2007. Основы журналистики: Учебник для студентов вузов.

Прохоров Ю.Е., 2004. Действительность. Текст. Дискурс.

Подгорная Л.Д., 2010. Теория коммуникации: основные направления и концепции.

2. Книги двух, трех или четырех авторов:

Стефан Т., Майкл М., Рут В., Ева В., 2009. Методы анализа текста и дискурса.

Какорина Е.В. и др, 2008. Современный русский язык: активные процессы на рубеже XX-XXI вв.

3. Статьи в журналах из электронных баз данных:

Кибрик А.А., 2008. Обосновано ли понятие «дискурс СМИ»?

<http://www.filosofi-online.ru> – философия онлайн