

УДК 81.2

***ВОПРОСЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА В РАБОТАХ
ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ***

Шерстобитова В.Ю.

Студент

Мордовский государственный педагогический университет

им. М. Е. Евсевьева

Саранск, Россия

Аннотация.

В статье рассматриваются подходы зарубежных исследователей к определению понятия «медиадискурс» в контексте политической риторики. Дается определение понятия «политическая риторика», а также прослеживается становления и развитие дискурса СМИ.

Ключевые слова: публичная риторика, ораторское искусство, медиадискурс, дискурс, политика.

***POLITICAL MEDIA DISCOURSE IN THE WORKS OF THE FOREIGN
SCIENTISTS***

Sherstobitova V. Yu.

Student

M. E. Evseviev Mordovia State Pedagogical University

Saransk, Russia

Abstract

The article deals with the foreign scientists approaches to the phenomena of media discourse in the context of political rhetoric. The definition of the term “political rhetoric” is give The development of media discourse is analysed.

Key words: public rhetoric, public speech, media discourse, discourse, politics.

По утверждению В. А. Williams and М. Х. Carpini, в настоящее время современные медиа-системы находятся в переходном периоде [10]. В результате цифровизации пространства значительно изменилась совокупность организаций, групп и отдельных лиц, предоставляющих информацию для национальных и международных новостных потоков. Традиционные новостные организации, которые когда-то выпускали новости в определенных форматах распространения, таких как газеты, телевидение и радио, превратились в производителей мультимедийного новостного контента с акцентом на цифровые каналы распространения. Все это время рождались новые цифровые технологии, появились новостные организации, которые мотивированы создавать широкий спектр контента, от углубленных журналистских расследований до явно пристрастного освещения новостей. Кроме того, цифровые технологии предоставили новые формы измерения аудитории, предлагая редакторам и журналистам детализированную статистику поведения аудитории, которая позволяет им определить движущие силы внимания и интересов аудитории – информацию, которую они используют для соответствующей корректировки освещения новостей [9].

Более того, онлайн-пространства, где разворачиваются политические дебаты, такие как Twitter, Facebook, YouTube, Reddit, открывают новые возможности для интересов и озабоченности общественности и даже могут предоставлять цитаты и репортажи, которые в конечном итоге могут вдохновить или изменить освещение новостей. Это называется гибридной медиа-системой, «в которой как «старые», так и «новые» актеры свободно используют «старую» и «новую» логику в производстве, распространении и потреблении новостей и политической информации» [2].

Несмотря на достижения в области массовых коммуникаций и связанных с ними интеллектуальных технологий социальных сетей и сопутствующих медийных продуктов на протяжении многих лет, исследования средств массовой информации, вероятно, начали сливаться с анализом дискурса

примерно в 1980-х годах. Учитывая центральную роль языка как первичной семиотической модальности во всех формах коммуникации, Т. Ван Дейк отмечал, что «despite their common interest for text, talk and communication and particularly a methodological link in content analysis, the two vast field of mass communication and discourse analysis seemed to ignore each other» [8]. Следовательно, ван Дейк выступал за сочетание классических методов контент анализа с критическим, идеологическим анализом, потому что «there is not strict distinction between content analysis on one hand and explicit discourse analysis on the other hand, e.g. along the quantitative-qualitative dimension or according to whether observable categories are studied» [8; 4].

В своих исследованиях ван Дейк для решения социальных проблем в дискурсе средств массовой информации и связанных с ними социокультурных и когнитивных аспектов, на протяжении многих лет использовал комбинацию контент-анализа и дискурсивно-аналитических категорий и структур.

Критические аналитики дискурса, такие как N. Fairclough, R. Vodak, В. Bush утверждают, что в недавних подходах к медиатекстам, с некоторой децентрализацией понятия «текст» относительно других аспектов дискурса, интерес исследователей переориентировался к социальному, культурному и политическому контексту и локализации смысла [11]. Эта переориентация исследовательского фокуса произошла в тандеме с аналогичными изменениями интереса к подходам к текстам в лингвистике в той степени, в какой медиатексты регулярно заполняют массивы данных в лингвистическом анализе. В качестве примера исследователи отметили, что более 40% статей, опубликованных в ведущем журнале Discourse&Society, основаны на медиатекстах [11; 106].

Ранее утверждалось, что подход к изучению средств массовой информации с позиций, основанных на парадигме, чреват несоответствиями и догадками, не говоря уже о жарких спорах. В результате исследователи сошлись во мнении, что хотя парадигма социальных наук может стать парадигмой

коммуникативных исследований средств массовой информации, ее нельзя считать доминирующей парадигмой в рассматриваемой области исследования [6; 317].

В свою очередь Т. Ван Дейк отмечал, что, вместо того, чтобы сосредоточиться на эффектах средств массовой коммуникации с точки зрения коммуникативных исследований, дискурсивно-ориентированные исследования могли бы изучать свойства социальной силы средств массовой информации, не ограничивающиеся влиянием средств массовой информации на их аудиторию, но которые также включают роль средств массовой информации в более широких рамках социальной, культурной, социальной, политической или экономической структуры общества [8; 9].

В других исследованиях сторонники анализа средств массовой информации с явным уклоном на политическую теорию продвигают внедрение теории дискурса в медиаисследовании. Для формулирования теоретико-дискурсивного анализа (Discourse-Theoretical Analysis (DTA)), который затем сравнивается с критическим дискурсивным анализом (Critical Discourse Analysis (CDA)) они применяют теории дискурса Лакло и Муффа, при этом они признают, что значительное количество ценных вкладов в исследование средств массовой информации было сделано с использованием критического дискурсивного анализа [3; 265].

Рассмотрим далее обоснование и рамки для критического анализа средств массовой информации. Термин «дискурс» в первую очередь связан с использованием языка в социальном контексте, в частности, с диалектическими отношениями между языком, основной семиотической модальностью, и обществом, а также с интерактивными или диалогическими свойствами повседневного общения как социальной практики в письменном и/или устном режимах (либо в терминах Т. Ван Дейка текстом и речью соответственно) [4; 4].

N. Faircloth определяет текст, как «письменный или устный язык, созданный в ходе дискурсивного события», который включает визуальные,

звуковые и другие семиотические формы, являющиеся частью текстов мультисемиотического характера, таких, как язык телевидения [4; 4]. Хотя дискурс также потенциально задействует ряд лингвистических семиотических модальностей или ресурсов помимо языка, которые создаются совместно, как в текстах средств массовой информации (например, мультимедийные тексты, потоковое видео и связанные с ними мультимодальные дискурсивные практики в Интернете), язык является наиболее сложным в процессе локализованного создания смысла в социальном контексте производства и интерпретации дискурса [4].

Другими словами, согласно Халлидею и Матиссену, дискурс – это язык (лингвистический текст) в контексте и относится к самовыражению с помощью слов с целью познания, оценки и переживания мира. Как показали теория и исследования в системно-функциональной лингвистике, языковые формы могут быть систематически связаны с социальными и идеологическими функциями [5]. Следовательно, дискурс может символически использоваться для создания системных отношений власти и знаний, а также доминирования или гегемонии (например, неограниченного влияния одного социального института, группы или нации над другим) [4].

Неудивительно, что изучение дискурса масс-медиа вызвало большой интерес профессионалов из различных областей науки, включая историков, предпринимателей, юристов, политиков, практикующих врачей, а также юрислингвистов. Очевидно, что именно по этой причине ван Дейк предпочитает термин критический дискурс анализ, под которым он понимает «новую междисциплинарную область, включающую теорию и анализ текста и речи практически во всех дисциплинах гуманитарных и социальных наук» [8]. Критический дискурс анализ (КДА) описывает, интерпретирует, анализирует и критикует социальную жизнь, изучая дискурсивные практики сообщества, а также способы использования языка [3; 55]. При этом он (дискурс анализ)

базируется на критической теории Юргена Хабермаса, работах Луи Альтюссера, М. Бахтина, Роджера Фаулера, Нормана Fairclough и др.

Существует также другой подход к анализу дискурса, который называется дискурсивно-исторический (discourse-historical approach), разработанный Водаком, который во многом принципиально совместим с критическим дискурс анализом в том, что оба рассматривают дискурс как форму социальной практики [4].

У Водак подход также в некоторой степени трехмерный: содержание или темы, дискурсивные стратегии и лингвистические средства. Исследователь сначала определяет конкретное содержание конкретного дискурса, затем дискурсивные стратегии, лежащие в основе темы, затем изучает языковые средства, зависящие от контекста языковых реализаций в анализируемых дискурсах. Тексты, жанры и дискурсы, а также связанные с ними социологические аспекты, институциональная история и ситуационные рамки взаимосвязаны посредством интертекстуальных и междискурсивных отношений, которые служат исследованию того, «как дискурсы, жанры и тексты меняются в связи с социально-политическими изменениями» [7; 90].

Учитывая центральную роль дискурсивных стратегий в дискурсивно-историческом подходе, Водак предлагает четыре макростратегии дискурса:

- 1) конструктивные стратегии: дискурсы служат для конструирования национальной идентичности;
- 2) стратегии увековечения: дискурсы могут восстановить или оправдать определенный статус-кво;
- 3) трансформационные стратегии: дискурсы играют важную роль в сохранении и продуцировании статус-кво;
- 4) деструктивные стратегии: дискурсивные практики могут оказывать влияние на трансформацию или даже разрушение статус-кво [7; 112]

Итак, изучив работы зарубежных исследователей, касающихся дискурса и критического дискурс-анализа, можно сделать вывод о том, что властные

отношения являются дискурсивными, т.е. осуществляются и конструируются посредством дискурса; дискурс конституирует общество и культуру в диалектической взаимосвязи и выполняет идеологическую работу и не является нейтральным.

Библиографический список

1. Carpentier, N. Bringing discourse theory into media studies : The applicability of discourse theoretical analysis (DTA) for the study of media practices and discourses / N. Carpentier, B. De Cleen. // Journal of Language and Politics. – 2007. – № 6 (2). – P. 265–293.
2. Chadwick, A. The Hybrid Media System : Politics and Power / A. Chadwick. – Oxford : Oxford University Press, 2017. – 368 p.
3. Fairclough, N. Media discourse / N. Fairclough. – London : Edward Arnold, 1995. – 224 p.
4. Fairclough, N. Critical discourse analysis / N. Fairclough, R. Wodak, T. A. van Dijk. // Discourse studies : A multidisciplinary introduction. – London : Sage. – 1997. – № 2. – P. 258–284.
5. Halliday, M. A. K. An introduction to functional grammar : Third Edition / M. A. K. Halliday, C. Matthiessen. – London : Hodder Arnold. – 2004. – 700 p. –URL: https://www.uel.br/projetos/ppcat/pages/arquivos/RESDOURCES/2004_HALLIDAY_MATTHIESSEN_An_Introduction_to_Functional_Grammar.pdf (дата обращения: 17.11.2022).
6. Potter, W. J. The three paradigms of mass media research in mainstream communication journals / W. J. Potter, R. Cooper, M. Dupagne. // Communication Theory. – 1993. – № 3 (4). – P. 317–335.
7. Reisigl, M. The discourse historical approach / M. Reisigl, R. Wodak. // Methods of critical discourse analysis. – London : Sage Publications Ltd. – 2009. – P. 87–121. –

8. Van Dijk, T. A. Communicating racism : Ethnic prejudice in thought and talk / T. A. van Dijk. – Beverly Hills : Sage. – 1987. – 437 p.
9. Webster, J. G. The Marketplace of Attention : How Audiences Take Shape in a Digital Age / J. G. Webster. – Boston : The MIT Press, 2014. – 268 p.
10. Williams, B. A. After Broadcast News : Media Regimes, Democracy, and the New Information Environment / B. A. Williams, M. X. Delli Carpini. – Cambridge : Cambridge University Press, 2011. – 376 p.
11. Wodak, R. Approaches to media texts / R. Wodak, B. Busch. // The Sage handbook of media studies. – London : Sage Publications, Inc., 2004. – P. 105–122.

Оригинальность 77,79%