

Маргарита Цыбульская

Белорусский государственный университет

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИЗУЧЕНИЯ ТИПОЛОГИИ БЕЛОРУССКИХ СМИ: ДИСКУРСНЫЙ АСПЕКТ

С появлением новейших медиатехнологий вновь и вновь встает вопрос о взаимодействии средств массовой коммуникации с социумом и индивидуумом. Дискурсивный подход в изучении современных средств

массовой информации приобретает особую актуальность: журналистский текст в новой коммуникативной парадигме рассматривается как продукт перлокутивных актов и когнитивных стратегий. При этом производство и интерпретация текста может вестись на нескольких уровнях одновременно, описать которые можно посредством дискурс-анализа: особенности медиатекста как сложного коммуникативного явления находят выражение в языковой форме, в свою очередь языковая форма, представленная в медиатексте, репрезентирует особенности дискурса СМИ. Кроме языковой формы, по мнению австралийского исследователя дискурса Г. Кресса, роль посредника в дихотомии социальный опыт – текстовая деятельность выполняет жанр. Жанры рождаются, чтобы обеспечить оформление и выражение определенного дискурса [2]. Ведь в условиях нарастающих IT-тенденций общественное сознание и речевое поведение носителей языка выражается особенно ярко именно в текстах СМИ. С развитием Интернета появляются новые типы журналистских текстов, что позволяет говорить о создающихся новых журналистских жанрах и необходимости их новейшей типологии.

Сложности, с которыми сегодня сталкиваются ученые в попытке систематизировать современные СМИ, выявить их типологические отличия посредством использования знаковых систем, связаны еще и с изменением самого представления о массовой коммуникации в XXI веке. Сегодня «массовая» аудитория – это не аудитория, одновременно потребляющая «массовый» продукт из одного источника, одного монополиста-производителя. Сегодня потребитель информационного продукта самостоятельно выбирает не только само сообщение, но и его источник.

В таком русле можно говорить о типологических изменениях медиатекстов в ключе все более набирающей темп их индивидуализации: творческий потенциал журналиста объемно раскрывается в блогах, колумнистике, где подается «свой взгляд» на злободневную тему. Этим обеспечивается неведомая ранее возможность активной диалогичности, причем расширяется право на самостоятельный выбор информации. Отсюда увеличивается степень риска чрезмерной стратификации общества медиапотребителей. Дж. Клаппер предупреждает: «Люди стремятся иметь дело с теми массовыми коммуникациями, которые совпадают с имеющимися у них установками и интересами. Сознательно или неосознанно, они избегают сообщений противоположного толка. Если же они все-таки сталкиваются с неприятным для них материалом, они его не воспринимают вовсе либо переделывают или интерпретируют так, чтобы он соответствовал имеющимся у них установкам» [1, с. 18–19].

Благодаря интернет-коммуникации человек интенсивно погружается в производство текста. Сегодня мы можем говорить о новых способах взаимодействия СМК, социума и индивидуума, о новых типах отношений между ними, в конечном итоге – о новых модификациях текстов СМИ. Медиадискурс, таким образом, в его жанровом своеобразии нуждается в исследовании экстралингвистических факторов и описании языковых закономерностей построения типологической модели белорусских СМИ, в основу чего могут быть положены критерии выявления как сугубо индивидуального, нерегулярного в журналистском творчестве, так и системного, общего, определяющего закономерности развития вербальной практики в целом.

Літаратура

1. Klapper, J.T. The Effects of Mass Communication / J.T. Klapper. – N.Y., 1960.
2. Kress, G. Ideological Structures in Discourse / G. Kress // Handbook of Discourse Analysis. Vol. 4. Discourse Analysis in Society. – London, 1985. – P. 28–29.