

Гмызина Эльвира Викторовна

канд. культурологии, доцент

ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»

г. Киров, Кировская область

МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС В СВЕТЕ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

***Аннотация:** современная культура становится все более медиацентричной, особую актуальность приобретает анализ медиатекста как дискретной единицы медиадискурса. В статье раскрывается специфика культурологического подхода к медиатексту, который позволяет увидеть не только тенденцию к глобализации информационного потока, но и к обозначению культурной специфичности.*

***Ключевые слова:** медиацентричная картина мира, медиатекст, медиадискурс, культурологический подход, культурная специфичность медиатекста.*

Современная культура постепенно утрачивает статус литературоцентричности и демонстрирует все признаки медиацентричности. Местом пересечения смыслов, формирующих современную картину мира, становится медиатекст. Понятие медиатекста утвердилось в англоязычной научной литературе в 90-е годы XX века. Его внедрение в повседневный и научный обиход связано с бурным развитием электронных СМИ и «новых» медиа, пришедших на смену традиционному печатному тексту.

Медиатекст давно стал предметом интереса лингвистов. Вклад в изучение лингвистических и экстралингвистических аспектов бытования медиатекстов внесли Т. Ван Дейк, Алан Белл, Т.Г. Добросклонская, Г.Я. Солганик. Я.Н. Засурский определяет медиатекст как «новый коммуникационный продукт» [1, с. 6], который может быть включен в медийные структуры вербального, визуального, аудиовизуального, мультимедийного планов. Основными характеристиками медиатекстов являются динамический характер, многоплановость, многомерность, полифоничность, гетерогенность, интегральность, событийность, актуальность.

Значимым для современной науки является вопрос о соотношении медиатекста и медиадискурса. Т.Г. Добросклонская, ссылаясь на «универсальную» модель коммуникационного процесса, утверждает, что медиатекст – это сообщение плюс канал, а медиадискурс – сообщение со всеми прочими компонентами коммуникации [2, с. 54]. Действительно, медиадискурс – это поток информации, который внедряется в социум, а медиатексты – отдельные единицы медиадискурса.

Изучение медиатекстов возможно на основе интегративного подхода, объединяющего исследовательские практики, сформировавшиеся в рамках различных дисциплин. К числу наиболее значимых можно отнести методы контент-анализа, дискурсивного анализа, лингвокультурологического анализа, а также исследовательские приемы, сложившиеся в рамках *cultural studies* и *media studies*.

Культурологический ракурс рассмотрения медиатекста предполагает его анализ через призму таких понятий, как «картина мира», «мировоззрение», «идеология», «система ценностей». Основное внимание при этом уделяется способам передачи культурозначимой информации. Именно медиатекст даёт наиболее полное представление о совокупности культурных факторов, определяющих процесс современного текстообразования, кодирования и декодирования актуальных смыслов.

Опираясь на идею В. Фон Гумбольта «о языке как деятельности народного духа», можно заключить, что язык медиа не менее культуроспецифичен, чем естественный язык. Медиатексты являются результатом интереснейшего наложения языковой и информационной картин мира. Удельный вес культуры в глобальном информационном потоке определяется целым рядом политических, экономических, социокультурных факторов. При этом высокая повторяемость и клишированность медиатекстов способствует установлению прочных корреляций между тематикой сообщения и его синтагматическим наполнением. Анализ новостных сообщений, принадлежащих к таким тематическим блокам, как «международная политика», «экономика», «встречи политических лидеров», «конфликты», «катастрофы», «погода», «спорт», «культура» показывает, что в них

преобладают повторяющиеся, регулярно воспроизводимые синтагматические единицы.

Культурная специфичность медиатекста связана с набором признаков, характеризующих доминирующую культуру. В культурологии доминирующий тип культуры определяется целым набором признаков: ориентированность культуры на индивида или на коллектив, наличие или отсутствие мощного культурного контекста, высокая или низкая степень этноцентризма или культурной самодостаточности. Российскому медиадискурсу присуще стремление к созданию более полной картины мира. Международная информация не только позволяет удовлетворить любопытство, но и почувствовать себя частью хрупкого мира, порой более безумного, чем наша действительность. Кроме того, при всей универсальности информационного потока в каждой вещательной системе складывается свой набор «базовых тем».

Механизм функционирования медиатекстов предполагает не только отражение действительности, но и её интерпретацию, создание определенной атмосферы (информационной среды). Изучение информационной среды невозможно вне идеологического контекста, который позволяет понять, что предметы и события не сами по себе обладают «естественным» значением, а благодаря социально-идеологическим факторам, связанным с такими категориями, как «этничность», «религия», «социальная принадлежность». Традиционное определение идеологии как совокупности идей, взглядов, системы ценностей и социальных отношений, присущих определенному обществу, подчеркивает значимость этого фактора для концептуализации, категоризации, интерпретации, реконструкции, оценки событий в информационном потоке. Для обозначения всей совокупности идеологических компонентов, выраженных в медиатексте с помощью лингвистических средств и медиа технологий, используется термин «идеологическая модальность». Именно она придает тексту идеологическую окраску, соответствующую определенной системе ценностей и социально-политических взглядов.

Рассматривая медиатекст в качестве формы сохранения культурного опыта, можно не только выявить национально-культурную специфику мировосприятия, но и проследить диахронические изменения в развитие общественного сознания. В традиционных обществах, где мироздание объяснялось с помощью одного или нескольких канонических текстов, сознанию человека была присуща целостность. В условиях современной культуры сознание человека фрагментарно, раздроблено, так как «информационное общество» оперирует принципиально иными текстами массмедиа, которые воспроизводят мир во всем его противоречивом многообразии и постоянно ставят интерпретатора в состояние выбора. Будучи важнейшим компонентом современной культуры массмедиа не только отражают сложившуюся ситуацию, но и участвуют в её конструировании.

Суммируя все сказанное можно заключить, что рассмотрение медиатекста в свете культурологического подхода предполагает изучение национально-культурной специфики организации информационного пространства, способов кодирования культуроспецифичной информации в медиатекстах, особенностей презентации «базовых» тем в медиадискурсе, а также исследование медиатекстов в качестве важного компонента современной культуры.

Список литературы

1. Засурский Я.Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции / Я.Н. Засурский // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2005. – №2. – С. 6–8.
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) / Т.Г. Добросклонская. – М.: Наука, 2008. – 264 с.