

**ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ
ДИСКУРС КАК ЧАСТЬ
ДИСКУРСА
МАСС-МЕДИА****Введение**

Несмотря на дискуссионность определения понятия «дискурс», по мнению ученых, дискурс – это некий речевой конструкт. Многие филологи расширяют границы термина до текстовых сообщений, ограниченных темой или временными рамками, например: политический дискурс, советский дискурс, клерикальный дискурс, педагогический дискурс и т.д. В английском языке определение «discourse» включает такие понятия, как: лекция, трактат, беседа, разговор, текст. В иных дискурсологических направлениях дискурс считают семиотическим процессом. По утверждению голландского ученого Ван Дейка дискурс представляет собой комплексное коммуникативное событие, происходящее между говорящим и слушающим в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном контексте [1]. Из-за многообразия трактовок дискурса появились такие понятия, как «новостной дискурс», «политический дискурс», «научный дискурс», «коммунистический дискурс», «патриотический дискурс». Отсутствие детерминированного понятия «дискурс» в современной науке привело к появлению нового научного термина – «телерадиодискурс», применительно к современным средствам массовой коммуникации (телевидение, радио, Интернет).

Основная часть

«Телерадиодискурс» – коммуникативный акт в определенной коммуникативной среде с участием как минимум 3-х субъектов: коммуникатора, речевого послания (дискурса в узком смысле) и аудитории. В современных филологических исследованиях дискутируется проблема дифференциации между дискурсом и текстом. Филолог Е. Зайцев дает четкое разграничение этим понятиям. По его мнению, дискурс – актуально произнесенный текст, а собственно текст – абстрактная грамматическая структура произнесенного. Уточняя формулу, получаем «текст в контексте». Из-за разной трактовки понятия «дискурс» возникают трудности в определении понятия дискурс-анализ как метода исследования СМК. Этот исследовательский метод

активно используется во многих странах, особенно такое изучение широко применяется в США. Дискурс-анализ медийной сферы не предполагает критичности анализа текста, теле- или радиопередачи, оценивания выбора метода исследования СМК. Дискурс-анализ – это обращение к конкретному тексту или коммуникативной ситуации. Из вышесказанного следует вывод, что дискурс формулирует и транслирует представления о характере проблемы. Погружение в глубины текста в ходе дискурс-анализа позволяет исследователям рассмотреть явление «со стороны», получив о нем полное представление. Конкретные результаты анализа дискурса как сложного единства языковой практики (текст и речь) и экстралингвистических факторов (значимое поведение) могут явиться как более полные представления о субъектах коммуникации, их установках и целях, условиях разработки и восприятия сообщений. Одним из важных особенностей дискурса является междисциплинарность. По мнению автора, значимость междисциплинарного характера дискурса не полностью проработана и используется современными исследователями СМК.

Текстовый анализ – один из принципов и методологических стратегий текстологии. Основная идея текстового анализа – соединение установки на аналитику наличной структуры текста и постмодернистского видения текста как принципиально аструктурной изоморфной среды смыслогенеза [2]. Изучение дискурса привело к образованию ряда научных направлений. Ряд ученых отрицали возможность единственно правильной интерпретации литературного текста и отстаивали тезис об ошибочности любого прочтения. Другое направление зародилось в Америке. Американские исследователи дискурса рассматривали литературный текст в аспекте более широкого общекультурного дискурса, включая религиозные, политические и экономические дискурсы. Учитывая формулу дискурса применительно к СМК, предлагается рассматривать сообщаемую по коммуникативным каналам информацию, как и процесс общения коммуникатора с аудиторией, помещенными в специфическую коммуникативную среду. Дискурс-анализ можно использовать к любой ситуации и к любому объекту. Но важно учесть, что дискурс-анализ не дает точных ответов на поставленные вопросы. В социологии дискурса определяется как совокупность вербальных манифестаций, устных или письменных, отражающих идеологию или

мышление определенной эпохи» [3]. Изучая специфику аудитории телерадиодискурса, можно прийти к выводу, что дети развивают восприятие своей личности, усваивая свои роли в различных рассказах, играх, дискурсах. Дети расширяют представление о себе и окружающем мире, слушая и воспринимая из СМИ оценки мира. Таким образом, за счет дискурсивных практик и социального взаимодействия функция дискурса заставляет личность формироваться постоянно, на протяжении всей жизни. Именно поэтому понятие «педагогический дискурс» применим в определенной степени и к детско-юношеской аудитории СМК. Дискурсивная практика, направленная на социализацию личности, вполне закономерно и обоснованно, практиковалась в советском радиовещании и телевидении.

В психологии понятие дискурса связано с категорией мышления. «Дискурс – опосредованное прошлым опытом речевое мышление человека. Выступает как процесс связного логического рассуждения, в котором каждая последующая мысль обусловлена предшествующей. В процессе развития мышления человека дискурсивное мышление возникает на основе развития речи ребенка, по мере формирования основных логических операций. В современной психологии интуитивные процессы рассматриваются как включенные в дискурсивное или иные виды мышления в качестве одного из возможных этапов мышления творческого. В этих случаях дискурсивное мышление может как предшествовать интуитивному процессу, так и следовать за ним. В первом случае оно составляет процесс формулирования проблемы, во втором – систематическое доказательство истинности нового знания другим людям» [4]. В медиапсихологии одним из наиболее популярных и перспективных методов наряду с интервью, анкетированием и контент-анализом является дискурс-анализ. В дискурс-анализе используются методы: риторический анализ, анализ повествования, а также данные, полученные в ходе интервью-метода. Таким образом, дискурсивный подход применим к системе СМК, а дискурс-анализ как метод может стать преобладающим наряду с другими традиционными методами исследований. Максимально точно определяет понятие применительно к средствам массовой коммуникации тезисом филологов: «дискурс – речевой конструкт». Но ведь в систему СМИ входят не только аудиовизуальные, но и текстовые средства (газеты, журналы, печатная продукция).

В данном случае дискурс может трактоваться не как речевой конструкт, а как информационное послание, погруженное в определенную коммуникативную среду. Информационное послание может быть как речевым, так и текстовым. В узком понимании этим термином можно обозначать «содержание письма», то есть информационное послание, которое адресовано аудитории СМИ. В СМК дискурс можно рассматривать как синоним теле- или радиопередачи, темы информационного выпуска, посвящение передачи определенному герою, событию, проблеме. Для такой трактовки главным условием является тематическое оформление и заключение во временные рамки (хронометраж передачи, тематика). В широком смысле дискурс рассматривается как предмет говорения, погруженный в тематически ограниченную коммуникативную среду. Однако, по мнению автора, возраст и специфика аудитории не может выступать в роли такого ограничителя. Ограничителями коммуникативной среды могут стать тема дискурса, временные рамки (хронометраж) передачи, выбранный журналистом жанр. Только при наличии этих ограничений мы можем использовать и адаптировать понятие «дискурс» применительно к системе средств массовой коммуникации.

Формы и виды дискурсов СМИ имеют множество вариантов. В данную категорию можно отнести только телевизионные, только радиопередачи, только газетные, или только журнальные статьи. Интерактивное общение аудитории посредством всемирной паутины считается новым видом дискурса. Если речь идет об интерактивном характере общения аудитории СМК с коммуникатором, тематика или единообразие жанра должны стать ограничителями. Из других видов телерадиодискурсов, практикуемых современными СМИ, отметим новостные дискурсы, авторские передачи, журналистские расследования, передачи для детей и с участием детей, колонки обозревателей в газетах, сказки, радиоспектакли, телевизионные ток-шоу на заданную тему, шоу талантов, радиомосты на заданную тему, постоянные рубрики печатных и аудиовизуальных СМИ.

Из многочисленных форм дискурсов, практикуемых современными СМК, автор выделяет монологическую, диалоговую и интерактивную формы взаимодействия коммуникаторов с аудиторией. Монологическая форма применяется

в печатных СМИ. Она характеризуется тем, что получатель информации не всегда может отреагировать на текстовое послание. В данном случае коммуникатор лишь информирует читателя, не предполагая ответную реакцию реципиента. Типичными примерами монологических дискурсов СМК являются сказки для детей и детские передачи. К аудиовизуальным СМИ, для которых характерна монологическая форма дискурса – это новости, авторские передачи, предполагающие лишь повествование автора или ведущего. Диалоговая форма дискурсов СМК предполагает непосредственное или опосредованное общение коммуникаторов с аудиторией. Можно применять любые варианты коммуникативных ситуаций, например жанр интервью, беседы в прямом эфире или в записи, с приглашением представителей аудитории в студию, ответы на заданные из студии вопросы, телефонные звонки в эфир передачи. Наличие диалога коммуникатора и получателя информации, то есть аудитории, а также перечисленные ограничители правомерности применения понятия дискурса являются главными критериями. Дискурс рассматривается с позиции речи выступающего у микрофона (журналиста, ведущего, автора), это не просто «текст в контексте», а речь, погруженная в заданную определенными рамками коммуникативную среду. Как правило, в компьютерной форме дискурсов СМК представлены в виде взаимных запросов системы. Коммуникатор общается с аудиторией через Интернет, это могут быть виртуальные пресс-конференции президента Казахстана, его интерактивное общение с народом, отправка правильных ответов в редакции через мобильные телефоны посредством SMS. Интеракцию можно совершить и в обратном направлении: от аудитории к коммуникатору. Процесс коммуникации между ними опосредован катализатором – технической системой, принимающей, декодирующей и доставляющей сигнал адресату. Например: электронная переписка с редакцией, вопросы гостю студии через интернет, письма аудитории на редакционный сайт, SMS-общение, заданное коммуникаторами СМИ. Автор полагает, что со временем разнообразие дискурсов СМК будет увеличиваться, их формы и виды обнаруживают тенденцию усложняться в связи с появлением новых СМИ, уникальных технических возможностей и внедрения в систему СМК новейших научных достижений.

Литература

- 1 Философский словарь. – М., 1987. – 520 с.
- 2 Седов К.Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. – М.: Лабиринт, 2004. – 320 с.
- 3 Зайцев Е. Дискурс-анализ – это анализ дискурса? // Медиа@льманах. – 2004. – № 4 (07). – 50 с.
- 4 Манаенко Г.Н. Специфика дискурса масс-медиа в современном информационном пространстве // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2005. – № 1. – 89 с.

References

- 1 Filozofskij slovar'. – M., 1987. – 520 s.
- 2 Sedov K.F. Diskurs i lichnost': jevoljucija komunikativnoj kompetencii. – M.: Labirint, 2004. – 320 s.
- 3 Zajcev E. Diskurs-analiz – jeto analiz diskursa? // Media@l'manah. – 2004. – № 4 (07). – 50 s.
- 4 Manaenko G.N. Specifika diskursa mass-media v sovremennom informacionnom prostranstve // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10. Zhurnalistika. – 2005. – № 1. – 89 s.