

Секция «Лингвистика: Текст и дискурс: проблемы анализа и интерпретации»

Новости как жанр массмедиа: специфика жанровой трансформации

Научный руководитель – Панченко Надежда Николаевна

Колесниченко Ксения Александровна

Студент (магистр)

Волгоградский государственный педагогический университет, Волгоград, Россия

E-mail: ksusha_75@list.ru

Колесниченко Ксения Александровна

магистрантка Волгоградского государственного социально-педагогического университета,

Волгоград, Россия

Влияние средств массовой информации на нашу жизнь сложно переоценить. Во многом наше восприятие реальности зависит от того, каким образом и при помощи каких средств она отображается в телепрограммах и, в частности, в новостных программах, под каким углом преломляется взгляд на последние события. Нам, потребителям новостного контента, зачастую видна оценка и отношение ведущего новостной программы к тому, что он сообщает. Но разве не должен журналист, чья задача заключается в наиболее объективном представлении зрителю информации о событиях в стране и мире, быть беспристрастным? Подобная деформация жанровых границ, входящая в диссонанс с сутью новостей как явления, сегодня наблюдается всё чаще, что обуславливает актуальность исследования и необходимость обсуждения данного вопроса.

Цель настоящего исследования состоит в выявлении суггестивного потенциала медиатекстов новостного дискурса.

Объектом исследования стали жанровые особенности новостных медиатекстов, предметом - языковые особенности и скрытый смысл новостных медиатекстов.

Исследование вызвано необходимостью анализа сложившейся в современной новостной журналистике ситуации, при которой наблюдается смещение смыслового центра с самой новости в сторону предоставления её «расшифровки», а в некоторых случаях и прямого навязывания мнения адресату. Иногда это делается прямо, иногда косвенно, завуалировано, порой суггестивно. Под суггестивным компонентом в работе понимается подача информации, воспринимаемая без критической оценки и оказывающая влияние на течение нервно-психических процессов [Свядош: 205].

Главным признаком «качественной журналистики» (в терминологии Т.Г. Добросклонской) является наличие строгой границы между информацией и мнением, оценкой, комментарием, а основными чертами новостного жанра должны быть объективность и непредвзятость в представлении событий [Добросклонская: 64]. Грань между жанром новости и жанром аналитики сегодня становится всё более зыбкой. Если сравнить новости и аналитику по критерию наличия воздействующего компонента, то у новостей по такой шкале должен быть ноль, в то время как у аналитического текста должна быть положительная цифра. Тем не менее, мы понимаем, что сегодня редкий новостной текст сможет удержаться на нулевой отметке, а согласно определению суггестии, на которое мы опираемся, адресат, ко всему прочему, лишается возможности формировать собственные оценки и мнения.

Можно предположить, что обращение новостной журналистики в сферу представления готовой оценки вызвано необходимостью поддержания рейтингов, хотя бы потому, что новости, представляющие информацию негативного или конфликтного характера, эмоционально нагруженные, более востребованы массовой аудиторией, а выражение негатива требует специальных способов интерпретации и описания информации [Пастухов: 279].

По результатам анализа материала (более 500 новостных текстов из таких изданий, как *Известия*, *Российская газета*, *Свободная пресса*, *Вести.ru*, *РИА Новости*, а также франкоязычных изданий *Le Figaro*, *Libération*, *Le Monde*, *Le Parisien*, *Les Echos*, *L'Humanité* и др.) делается вывод о высокой степени суггестивности новостного медиатекста. Одним из наиболее частых способов внедрения суггестивного компонента является апелляция (скорее, бессознательная) к концептам *смерть* и *враг*, что выражается во включении в текст лексических единиц, синтаксических конструкций и стилистических фигур, которые могут создавать у адресата предпосылки для неверной интерпретации смысла новости. Например, если в тексте упоминается национальность человека, совершившего теракт, адресат может сделать неверный вывод и перенести своё отношение от человека, речь о котором идёт в сообщении, на конкретную национальность. Подобная методика работает не только на создание образа "врага", но и на запугивание зрительской аудитории, что также указывает на деструктивный потенциал новостного дискурса.

Литература

1. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М., 2008.
2. Пастухов А.Г. Какой текст становится медиатекстом: к проблеме отбора новостей // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч.тр. Вып. 6. Орёл, 2008, с. 273-282.
3. Свядощ А.М. Неврозы. 3-е изд. М., 1982.