

Колосова Алевтина Александровна

О ТРУДНОСТЯХ ЖАНРОВОГО АНАЛИЗА НОВОСТНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ

В статье делается попытка выявить причины трудностей в определении функционально-стилевых особенностей и жанров современных СМИ. Рассматриваются и сравниваются классификации жанров, принятые в российской и англоязычной научной литературе. Раскрываются особенности структуры медиатекстов и подходов к их исследованию. На основе анализа новостных программ зарубежных телеканалов подтверждается возможность выявления жанрово-стилистической принадлежности медиатекстов с позиций медиалингвистики.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/3-2/29.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 3 (45): в 3-х ч. Ч. II. С. 112-114. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/3-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81

Филологические науки

В статье делается попытка выявить причины трудностей в определении функционально-стилевых особенностей и жанров современных СМИ. Рассматриваются и сравниваются классификации жанров, принятые в российской и англоязычной научной литературе. Раскрываются особенности структуры медиатекстов и подходов к их исследованию. На основе анализа новостных программ зарубежных телеканалов подтверждается возможность выявления жанрово-стилистической принадлежности медиатекстов с позиций медиалингвистики.

Ключевые слова и фразы: медиажанры; новостные СМИ; медиалингвистика; медиатекст; формат новостных текстов.

Колосова Алевтина Александровна, к.и.н., доцент
Российский университет дружбы народов
deilamyf@yahoo.com; Koloso-Alla@yandex.ru

О ТРУДНОСТЯХ ЖАНРОВОГО АНАЛИЗА НОВОСТНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ

Несмотря на то, что о стилях и жанрах текстов массовой коммуникации написано довольно много и большинство исследователей полагают, что язык медиа представляет отдельный функциональный стиль [3], следует отметить, что изучение и анализ текстов массовой коммуникации с точки зрения функционально-стилевых особенностей и жанров вызывает определенные трудности, обусловленные рядом причин.

Одна из них заключается в терминологическом разбросе, неоднозначности терминов, различных подходах и критериях, существующих в разных языковых системах.

А. А. Тертычный под журналистскими жанрами подразумевает устойчивые типы публикаций, объединенных сходными содержательно-формальными признаками. Подобного рода признаки называются жанрообразующими факторами [4].

В монографии В. А. Тырыгиной . Жанры в информационно-массовом дискурсе жанры понимаются как , устоявшиеся, коллективно выработанные в процессе социокультурного и коммуникативно-речевого опыта и развития формально-содержательные образцы (модели) целенаправленного, соотнесенного с адресатом и обстановкой вербального поведения, обеспеченного сложной системой знаний [5].

В российской журналистике медиажанры традиционно подразделяют на три большие группы: информационные (заметка, репортаж, отчет, интервью); аналитические (корреспонденция, комментарий, статья, рецензия, обзор печати, письмо, обозрение) и художественно-публицистические (очерк, фельетон, памфлет) [2; 4].

. Жанры журналистики различаются:

- по характеру познания (непосредственные факты и события – в заметке, корреспонденции, отраженные – в интервью, рецензии);
- по конкретным рабочим функциям (информационной, объясняющей, оценивающей, побуждающей);
- по масштабу охвата действительности, обобщений и выводов;
- по характеру выразительно-образительных средств (литературного языка, стиля, образности) [2, с. 213].

Необходимо обратить внимание на важное замечание А. А. Грабельникова о том, что определяется жанр , не по какому-нибудь одному из этих признаков, а по всей их совокупности [Там же].

Л. В. Шибалева , тремя несущими китами , тремя нерушимыми столпами , на которых держится жанр, называет предмет, функцию и метод [6].

В классификации, разработанной в рамках медиалингвистики, представлены четыре основных типа англоязычных медиатекстов: *новости; информационная аналитика и комментарий; текст-очерк, или любые тематические материалы, обозначаемые английским термином 'features', реклама* [3].

В англо-американской традиции новостные жанры подразделяются на суб-жанры, включающие *news report, the news interview, or the news headline* [12, p. 25-26].

Некоторые теоретики в области журналистики ссылаются на , бесчисленное количество жанров, представленных в современных СМИ, для многих из которых у нас нет названий [8].

Вторая трудность определения жанрово-стилистических особенностей медиатекстов заключается во все большей распространенности диффузии, трансформации, гибридизации и смешения жанров, отмечаемых многими исследователями [11; 15]. . Генезис и эволюция жанров – сложный процесс, он зависит от множества факторов. Так, гетерогенность аудитории, обращение к массовому читателю, ориентация на самые разные языковые вкусы вызывает жанровое расслоение [5].

. Слияние информационной и развлекательной функции нашло отражение в появлении нового телевизионного жанра – жанра инфотейнмент [1, с. 29]. К таким примерам гибридизации жанров можно отнести авторскую программу известного американского журналиста, политического обозревателя, ведущего программы , Фактор О'Рейли на телеканале , Fox News Билла О'Рейли и ведущего шоу-программы , Глен Бек на канале , CNN Глена Бека.

На нестабильность, подвижность и неопределенность границ медиажанров ссылается известный лингвист Мартин Монтомери [12, p. 25]. Более того, исследователь обращает внимание на мигрирование

институциональных жанров из одной сферы деятельности в другую, например, таких жанров, как лекция, дебаты, перекрестный допрос, которые трансформируются в новые медиажанры, такие как дискуссия в студии или политическое интервью [Ibidem, p. 26].

Третья причина трудности выявления жанрово-стилевой специфики медиатекста заключается в многоуровневой структуре медиатекста, особенно телевизионного: вербальный язык, звукоряд, видеоизображение. Аллан Белл – известный исследователь языка медиа – в своей книге *Подходы к медиадискурсу* пишет, что к определению медиатекстов нельзя подходить с традиционным взглядом на текст как на слова, написанные чернилами на листочках бумаги. Они должны включать в себя речь, музыку, звуковые эффекты, образ и т.д. Медиатексты отражают технологию их создания [7, p. 3].

Как отмечает Т. Г. Добросклонская, при переносе в сферу массмедиа понятие *текст* значительно расширяет свои границы. Здесь концепция медиатекста выходит за пределы знаковой системы вербального уровня, приближаясь к семиотическому толкованию понятия. Медиатекст представляет собой последовательность знаков различных семиотических систем – языковых, графических, звуковых, визуальных [3]. Канал информации и его технологические особенности – печать, радио, телевидение или Интернет – определяют специфику представленных на них медиажанров. Совсем недавно в российском информационном пространстве получил распространение такой новый жанр как РэпИнфо (Rapinfo) – новости в речитативе [13].

Многоуровневость телевизионного текста, определенно заданное соотношение текста, видеоряда, звукового сопровождения оказывают непосредственное влияние на стилистику новостной передачи и ее восприятие зрителем.

Четвертая причина трудностей выявления жанрово-стилевой специфики медиатекста кроется в коллективном авторстве новостных СМИ, когда главная новость может быть представлена в редакционной статье или показана бегущей строкой на телеэкране.

Как отмечает Т. Г. Добросклонская, для новостных текстов массовой информации характерны следующие факторы:

- реализация информативной функции языка;
- определенный формат содержания, представленный сеткой теленовостей;
- четкая структура списка тем или топиков (topics): политика, экономика, бизнес, образование, спорт, культура;
- устойчивые лингвистические признаки: определенные типы словосочетаний, наличие значительного числа клишированных и тематически связанных словосочетаний, использование постоянных текстообразующих элементов: фраз-связок, ссылок на источники информации, фраз для введения цитат;
- культурно-идеологическая модальность, способ интерпретации того или иного события, выраженный в тональности подачи информации;
- синхронная и диахронная повторяемость новостных текстов [3].

Рассмотрим действие этих факторов на примере информационных и информационно-аналитических программ телесетей *CNN* и *Fox News* в контексте освещения международной и внутривосточной жизни Исламской Республики Иран.

Как известно, формат новостных текстов отличается четкой устойчивой структурой, подчиняющейся определенным законам телевизионного вещания.

Новостные тексты *CNN* и *Fox News* представлены в регулярных программах новостей, выходящих в эфир 6-8 раз в день и длящихся от 5-10 минут до 30-40 минут.

Как правило, типичная 30-минутная телепрограмма новостей, транслируемая в прайм-тайм, обычно строится по следующей схеме: вступление ('news headlines') – основная часть выпуска ('news in detail', текст ведущего, репортажи корреспондентов, интервью с участниками события) – заключительная часть новостного текста ('news summary').

Однако в последние годы появились, как было отмечено выше, программы в стиле инфотэймент. Их формат также подчинен четкой структуре. Например, каждая программа Глен Бека на *CNN* обычно начинается с краткого монолога Глена Бека, в котором он представляет свое видение самой актуальной новости дня. Далее следует интервью с известным политиком, государственным или общественным деятелем, во время которого гости программы высказывают свое мнение на происходящие события.

Если анализировать программы *CNN* и *Fox News* на основе тематической принадлежности, то в основном они будут вкладываться в рамки таких медиатопиков как политика (внешняя и внутренняя), экономика, общественная жизнь, права человека. Что же касается тем, связанных с освещением политических, общественно-экономических и культурных событий в Иране, то на основе проведенного контент-анализа телепрограмм *CNN* и *Fox News* содержательный профиль медиапродукции этих американских телекомпаний можно представить следующими медиатопиками: ядерная энергия, проблемы войны и мира на Ближнем Востоке, права человека, терроризм.

На основе синтагматического членения медиатекстов информационных и информационно-аналитических программ *CNN* и *Fox News* были выявлены следующие наиболее часто встречающиеся словосочетания: *ядерная угроза, ядерная программа, за голову американского солдата назначена награда, экспорт революции, создание шиитских секций, поддержка воюющих исламистских группировок, попытки завладеть ядерной энергией, защитник терроризма, представляет угрозу, акты насилия в регионе, оружие массового уничтожения* [10]. Например, в беседе корреспондента *CNN* Кристиан Аманпур с корреспондентом журнала *World Street Journal* Фарназ Фасихи, с помощником секретаря по Ближнему Востоку Джоном Лимбертом

и художником Ширин Несхат, иранкой по происхождению, переехавшей в США, используются такие слова и словосочетания как «ядерные часы», «ядерное оружие», «страх», «предательство», «тюремное заключение» и другие. Следует отметить, что в этой передаче, посвященной вопросам прав человека, в частности студенческим протестам, показаны кадры прошлых лет, а не документальные материалы о событиях, о которых идет речь (10 декабря 2009, репортер CNN Кристиан Аманпур, продолжительность: 10 мин. 17 с.) [9].

Известный английский исследователь медиатекстов Мартин Монтгомери в книге «The Media» подчеркивает значимость последовательности выстраивания определенного видеоряда при освещении того или иного события, помогая воспринимать эти события так, «будто мы их видим сами, непосредственно, в настоящий момент» [12, p. 91].

Силу воздействия телевизионных электронных СМИ трудно переоценить: «...озвученные “картинки”, которые мы видим по телевизору, все равно кажутся нам реальными. Видео убедительно. Даже вымышленные образы... могут апеллировать к эмоциям и воздействовать на общественное мнение» [14].

Таким образом, активное использование устойчивых словосочетаний задает определенную идеологическую направленность медиаречи программ CNN и Fox News, оказывая негативное влияние на сознание людей, запугивая их и формируя определенные установки. Тематические блоки телевизионных программ CNN и Fox News и специально отобранные лексические средства, с помощью которых нагнетаются страх и панические настроения, служат когнитивной базой медиавоздействия на формирование общественного мнения об Исламской Республике Иран.

С точки зрения функциональной направленности медиатекстов компаний CNN и Fox News следует отметить, что их основная функция состоит не столько в подаче информации, сколько в оказании воздействия на аудиторию, а это значит, что в медиатекстах телекомпаний CNN и Fox News находит яркое проявление тесное переплетение двух основных функций телевизионной публицистики: информативной и воздействующей.

Таким образом, трудности жанрового анализа новостных текстов СМИ вызваны целым рядом причин, основные из которых сводятся к следующему: терминологический разнобой, обусловленный разными научными подходами и языковыми системами, различие классификаций жанров СМИ, существующих в российской и зарубежной научной литературе; многоуровневость медиатекстов; гибридизация и подвижность жанровых границ. Однако, несмотря на существующие сложности, новостные тексты СМИ характеризуются определенным набором факторов, анализ которых с позиций медиалингвистики помогает определить предмет, функции, идеологическую направленность и стилистические особенности языка, что в совокупности и позволяет выявить их жанрово-стилистическую принадлежность.

Список литературы

1. Байат Б., Поплавская Н. В. К вопросу о трансформации функций электронных СМИ в современном обществе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 3 (33). Ч. I. С. 29-31.
2. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе: учебное пособие. М.: РИП-холдинг, 2005. 274 с.
3. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиа речи. М.: МАКС Пресс, 2000. 288 с.
4. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2000. 310 с.
5. Тырыгина В. А. Жанры в информационно-массовом дискурсе. М.: Прометей, 2007. 359 с.
6. Шибяева Л. В. Жанры в теории и практике журналистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.relga.ru/Environment/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=1434> (дата обращения: 13.08.2013).
7. Bell A. Approaches to Media Discourse. London: Wiley-Blackwell, 1996. 304 p.
8. Chandker D. An Introduction to Genre Theory [Электронный ресурс]. URL: http://www.aber.ac.uk/media/Documents/intgenre/chandler_genre_theory.pdf (дата обращения: 08.06.2013).
9. CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/video/#/video/world/2009/12/10/amanpour.iran.studentday.cnn?iref=videosearch> (дата обращения: 21.11.2012).
10. Glenn Beck Interviews Benjamin Netanyahu [Электронный ресурс]. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=cm4zuKukUco> (дата обращения: 11.06.2013).
11. Mattheson D. Media Discourses: Analysing Media Texts. Issues in Cultural and Media Studies. N. Y.: Open University Press, 2005. 224 p.
12. Montgomery M. Discourse of Broadcast News. A Linguistic Approach. Routledge, 2007. 246 p.
13. Rapinfo [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rapinfotv.ru/> (дата обращения: 23.09.2013).
14. Rushkoff D. Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture. N. Y.: Ballantine Books, 1996. 368 p.
15. Talbot M. Media Discourse: Representation and Interaction. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007. 198 p.

ON THE PROBLEMS OF GENRE ANALYSIS OF THE NEWS MEDIA-TEXTS

Kolosova Alevtina Aleksandrovna, Ph. D. in History, Associate Professor
Peoples' Friendship University of Russia
deilamyf@yahoo.com; Koloso-Alla@yandex.ru

The article aims to reveal the reasons for the problems while identifying functional and stylistic peculiarities and genres of the modern media. The paper examines and compares genre classifications adopted in the Russian and English scientific literature. The author reveals the specifics of structure of the media-texts and approaches to investigating them. On the basis of the analysis of the news programs of the foreign TV channels the researcher proves the possibility to identify genre and stylistic affiliation of the media-texts from the viewpoint of media-linguistics.

Key words and phrases: media-genres; news media; media-linguistics; media-text; news texts format.