

ОСНОВЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА МЕДИАТЕКСТА

Л.В. Комуцци

Лекция 1

ВВЕДЕНИЕ. Язык СМИ – содержание

ПОНЯТИЯ

Цель курса

– определить структурные, смысловые, лингвостилистические особенности медийных текстов;

-- формировать навыки лингвистического анализа текстов СМИ, как печатных, так и медийных.

Основная задача -- научиться выявлять структурно-содержательные и функционально-стилистические особенности медиадискурса, влияние вербальных и невербальных средств на формирование мнений аудитории. Конечная цель — сформировать у будущих журналистов независимость суждений и навыки объективного, квалифицированного анализа медиатекстов.

Экзамен по курсу «ОСНОВЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА МЕДИАТЕКСТА»

1. Реферат по одной из тем текста.
2. Устное собеседование по одному из теоретических вопросов курса.
3. Анализ медиатекста

Вопросы для устного собеседования

1. Медиалингвистика: становление и содержание понятия
2. Медиатекст как категория медиалингвистики
3. Публицистический стиль и Место языка СМИ в системе функциональных стилей современного русского литературного языка
4. Автор и адресат в современных СМИ. Диалогичность как стилеобразующий фактор медиатекста
5. Манипулятивные технологии в текстах СМИ
6. Методы анализа медиатекстов
7. Лингвостилистические приемы в рекламных и медиатекстах
8. Цитатность и прецедентность текстов СМИ
9. Жанры СМИ
10. Лингвостилистические особенности газетно-информационных жанров медиатекста
11. Лингвостилистические особенности публицистики
12. Речевые особенности жанра «заметка»
13. Речевые особенности репортажа

1. Заголовочный комплекс и система позиционирования медиатекста
2. Телевизионный дискурс.
3. Жанры теледискурса
4. Диалог на ТВ. Речевые стратегии журналиста
5. Полилог на ТВ. Речевые стратегии журналиста и собеседников
6. Радиодискурс: типы, жанры, речевые особенности
7. Языковые особенности интернет-коммуникации и их причины
8. Блог как жанр Интернет-коммуникации
9. Языковая личность блогера и автора постов
10. Сторителлинг как тенденция интернет-дискурса
11. Особенности историй, которые рассказывают интернет-пользователи в соцсетях.
12. Веб-документальный проект: структура, трансмедиальность, вербальный компонент.

Литература

Серпикова М.Б. ЯЗЫК И СТИЛЬ СМИ: КУРС ЛЕКЦИЙ. — М.: РУТ (МИИТ), 2017. — 333 с.

Серпикова М. Б. Язык и стиль СМИ: Практикум.— М.: РУТ (МИИТ), 2018. — 189 с.

Современный медиатекст: учебное пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.

Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ : современная английская медиаречь : учеб. пособие. – М. : ФЛИНТА, 2019. - 264 с.

Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Медиатекст: особенности создания и функционирования. М.: НИУ - ВШЭ, 2011. 377 с.

Костомаров, В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. — 3-е изд., испр. и доп. — Санкт-Петербург : Златоуст, 2015. — 320 с.

Предмет курса

Предметом курса являются особенности и закономерности функционирования фонетической, лексической, грамматической, стилистической нормы в текстах СМИ, лингвостилистические и медийные признаки основных типов медиатекстов.

Язык СМИ: становление и содержание ПОНЯТИЯ

Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977;

Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. М., 1994;

Лаптева О.А. Живая телевизионная речь. М., 1998;

Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов, М., МаксПресс, 2000;

Сметанина С.И. Медиатекст в системе культуры, СПб, 2002;

Teun van Dijk. News as discourse. NY, 1988;

Bell A. The Language of News Media. Oxford, 1991;

Fairclough N. Media Discourse. London, 1995;

Главной особенностью использования языка в современном мире, является

"массовый характер коммуникации ... и усложнение форм общения, ... в пределах многонациональной страны и в мировом масштабе.

Использование средств массовой информации, не изменяя общей стратегии речевого акта (сообщить что-то или убедить в чем-то), значительно усложняет задачу "говорящего", ведь "адресат" у него теперь не один человек, а миллионы читателей, зрителей, слушателей»

Степанов Г.В. Стихия языка в стихии споров // Литературная газета. № 26. 1984.

Язык средств массовой информации

1. Язык СМИ -- весь корпус текстов, производимых и распространяемых средствами массовой информации: язык СМИ в информационном обществе выполняет роль модели национального языка. Он во многом формирует литературные нормы и предпочтения, оказывает влияние на восприятие политики, идеологии, искусства и литературы (Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования, МГУ, 2004, стр.5).
2. Язык СМИ -- это «устойчивая внутриязыковая система, характеризующаяся определённым набором лингвостилистических свойств и признаков; Массовая информация является глобальным текстом, объединяющим разные языковые и социальные сообщества. Несмотря на различие языковых систем, понимаемых лингвистически, массовая информация обладает принципиальным единством смысла и направленностью содержания» (Рождественский Ю.В. Теория риторики, М., Добросвет, 1997, стр.477)
3. Язык СМИ — это особая знаковая система смешенного типа с определённым соотношением вербальных и аудиовизуальных компонентов, специфическим для каждого из средств массовой информации: печати, радио, телевидения, Интернета. «При обращении к специфике использования языка в текстах массовой информации исследователь сталкивается с взаимодействием двух систем: естественной системы, которой является человеческий язык, и искусственной системы средств массовой информации, созданной человеком с использованием различных технологий» (Кривенко Б. В. Язык массовой коммуникации, Воронежский университете, 1993, стр.7)

Круг вопросов

- влияние массовой коммуникации на соотношение устной и письменной форм речи,
- влияние массового характера коммуникации на движение языковой нормы,
- что представляет собой язык массовой информации с точки зрения функционально-стилистической дифференциации,
- каковы критерии типологической классификации медиатекстов,
- какова специфика языков конкретных СМИ - газет, журнальной прессы, радио, телевидения, Интернета, а также языков так называемых медиаобусловленных систем – рекламы и связей с общественностью.

Язык СМИ -- знаковая система смешанного типа, сочетающей в себе вербальные и аудиовизуальные коды

Специфика языка печатных СМИ состоит во взаимодействии вербальных и графических компонентов.

Специфика языка радио -- сочетание словесного и звукового ряда.

Специфика языка телевидения – сочетание вербального, звукового и визуального уровней.

Язык Интернета – это сложная многоуровневая мультимедийная система, вобравшая в себя достижения всех традиционных СМИ.

“The medium is the message”.

Маршалл Маклюэн: характер сообщения в массовой коммуникации определяется медийными свойствами канала распространения -

Контрольные вопросы и задания.

1. Какое содержание вкладывается в понятие «язык средств массовой информации» сегодня?
2. Назовите три наиболее распространенных подхода к определению понятия «язык СМИ» и разъясните, как они соотносятся с тремя базовыми определениями самого понятия «язык».
3. Изучение какого круга вопросов имеет решающее значение для концепции языка СМИ?
4. Что составляет основу внутренней структуры понятия «язык СМИ»?
5. Почему можно сказать, что язык СМИ относится к знаковым системам смешанного типа?
6. Опишите языковую специфику основных средств массовой информации – печати, радио, телевидения.
7. Какие особенности языка СМИ можно выделить на когнитивно-идеологическом уровне?

Задание

1. Изучить и реферативно изложить часть главы 2 «Особенности языка СМИ, п. 2.1. Место языка СМИ в литературном языке (см. Серпикова М. Б. Язык и стиль СМИ. М., 2017. – с. 17-27).
2. Выполнить практические задания 1 – 6 (см. Серпикова М.Б. Язык и стиль СМИ: Практикум.— М.: РУТ (МИИТ), 2018. с. 4-10).