

Концепт-анализ медиатекста

*В. В. Антропова, доцент кафедры журналистики
и массовых коммуникаций*

Медиа**текст**

медиа**лингвистика** медиа**культура** медиа**образование**

Медиа**текст** – разновидность текста, характеризующаяся особым типом автора, специфической текстовой модальностью (открытая речь, многообразное проявление авторского Я), рассчитанная на массовую аудиторию (Г.Я. Солганик); форма речевой деятельности, в которой выражаются принятые в профессиональной медийной среде правила речевого поведения, утвердившиеся в профессиональной среде стереотипы текстовой организации (Л.Р. Дускаева)

Медиа**текст** – некое знание в форме информационного товара (→Жан-Франсуа Лиотар); продукт медиакультуры – квазиреальности, которой человек окружил себя, рукотворной действительности, обусловленной техническими возможностями и эстетическим наполнением эпохи (В.А. Возчиков, Н.Б. Кириллова → Жан Бодрийяр)

Медиа**текст** – средство формирования медиаграмотности (Н.В. Чичерина, А.В. Федоров)

Медиатекст

журналистский текст

публицистический текст

газетный текст

телетекст

радиотекст

рекламный текст

PR-текст

интернет-текст

Лингвоориентированные определения медиатекста:

- вербальное речевое произведение, созданное с целью осуществления опосредованной коммуникации в сфере СМИ и характеризующееся явно выраженной прагматической направленностью, основной целью которой является социальная регуляция (И.В. Рогозина);
- тип текстов, распространяемых по каналам массовой коммуникации с целью налаживания взаимодействия между коммуникаторами и массовой аудиторией (Е.С. Щелкунова);

Аутентичные определения медиатекста:

- интегративный многоуровневый знак, объединяющий в единое коммуникативное целое разные семиотические коды (вербальные, невербальные, медийные) и демонстрирующий принципиальную открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях (М.Ю. Казак);
- коммуникативное событие в рамках медиапространства, во время которого транслируется последовательность знаков и смыслов (Г.С. Мельник);
- текст принципиально новой структуры, базирующийся как на вербальных носителях смысла, так и на звуковых, зрительных, динамических, цветовых (возможно, даже тактильных) (М.И. Конюшкевич)

Основные категории медиатекста (в сравнении с текстами других типов):

- медийность (воплощение текста с помощью тех или иных медиасредств, его обусловленность форматными и техническими возможностями передающего канала);
- массовость (как в сфере создания, так и в сфере потребления медиапродуктов) – эксклюзивность, уникальность;
- интегративность (или поликодовость) текста (объединение в единое коммуникативное целое различных семиотических кодов) – однокодовость;
- вторичность – первичность;
- диалогичность;
- открытость (смысловая незавершенность) – смысловая завершенность;
- фрагментарность (мозаичность) – целостность;
- пресуппозитивность (коммуникативный фон, общий фон знаний).

Типология медиатекстов

Т. Г. Доброслонская, М.Ю. Казак: медиатекст – объемное многоуровневое явление, которое характеризуется системой параметров:

- способ производства текста (авторский текст – коллегиальный текст – мнимо-авторский);
- канал распространения (печатный, радиотекст, ТВ-текст, интернет-текст, гипертекст);
- институциональный тип текста (журналистский, рекламный, PR-текст);
- функционально-жанровый тип текста (новостной, комментарий, публицистический, рекламный и т.д.) ;
- тематическая доминанта (политика, экономика, культура, образование, спорт и т.д.);
- аудитория (универсальные – специализированные);
- уровень контента (качественные – массовые – бульварные; элитарные – качественные – массовые);
- код, семиотическая организация (вербальные – невербальные – вербально-невербальные / креолизованные / синтетические / интегративные / изовербальные / подикодовые)

Славянск. Годовщина. Как сейчас живет город, в котором началась война
(Русский репортер, 2015, №16)



Фото: Serhii Kharchenko/NurPhoto/ZUMA/TACC.



Алена Глушко



Смешно До Боли

28 фев 2016 в 20:26

к 8 марта готова!



2 мар в 22:50 | Ответить

Поделиться

Мне нравится 5

Возможные подходы к анализу медиатекста:

- ▣ лингвостилистический
- ▣ лингвопрагматический (*Здесь душно. // Не сделал. – Не получилось сделать. Танцуйте. – Что же Вы не танцуете?*)
- ▣ лингвоэкологический (следование нормам литературного языка // их нарушение)
- ▣ лингвоконцептологический (концепт, фрейм, символ)

Лингвоконцептологический подход к изучению медиатекстов (выявление культурозначимых компонентов текста)

- специфика контента → базовые концепты (концепт «Россия» в британских СМИ: *снежная зима, великолепный балет, бедные бабушки, коррумпированные политики*)
- специфика формы (жанровые формы, композиционно-структурные признаки медиатекстов, коммуникативные стратегии)

Лингвокультурный концепт



«базовая
исследовательская
единица
лингвокультурологии
», «основная
эвристическая
единица
лингвокультурологии
» (С.Г. Воркачев)

ментальное
образование в
сознании индивида,
имеющее языковое
выражение

Признаки лингвокультурного концепта:

- историческая обусловленность (*друг*);
- изменчивость;
- неоднородность содержания, проявляющаяся в синтезе конкретного и абстрактного, рационального и эмоционального (*любовь → глаза, вздох, ветер в лицо, хрипота, боль в сердце, нежность, душа, пламя, огонь, вечность, охотник, добыча; женщина → работа, семья; женщина → любовь, страсть, удовольствие, вино, вкусная еда*);
- аксиологичность, акцентуация ценностного элемента: «Центром концепта всегда является ценность, поскольку концепт служит исследованию культуры, а в основе культуры лежит именно ценностный принцип» (В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин);
- переживаемость, глубокая витальная обусловленность, так как концепты

- условность и размытость в силу синкретичности сознания: четких границ концепт не имеет, так как «группируется вокруг некой "сильной" (т.е. ценностно акцентированной) точки сознания, от которой расходятся ассоциативные векторы» (В.И. Карасик, Г.Г., Слышкин);
- трехкомпонентная структура (информационный, значимостный, образный компоненты), организованная по полевому принципу «с инвариантной, коллективно выработанной и понятийно структурированной, оформленной ядерной частью и индивидуальной ассоциативно-мерцающей периферийной» (Л. А. Шестак).

Методика анализа концепта

1) информационный
(понятийный)

компонент → толковые словари,

2) значимостный (ценностный)

компонент →

словообразовательные,

ассоциативные,

этимологические

словари

3) образный компонент →

словарь

эпитетов

полевой принцип организации



Типы концептов, исследуемых в медиатекстах:

- 1) геополитические концепты (*Россия, Америка, Германия, Франция, Китай, Украина, Москва, Петербург, Лондон, Париж, Кавказ, провинция*);
- 2) политические и институциональные (*власть, лояльность, свобода / воля, демократия, политик, президент, чиновник*);
- 3) социальные (*элита, товарищ, богатый, бедный, деньги, успех, интеллигент, семья, успешный мужчина, успешная женщина*);
- 4) спортивные (*победитель, проигравший // герой, жертва*);
- 5) концепты – универсалии духовной культуры (*истина, ум, интеллект, долг, честь, совесть, дружба, добро, зло, справедливость, право, правда, закон, красота и др.*).

Концепты в рекламных текстах

Общие концепты:

*качество, польза, услуга,
натуральность, удовольствие,
наслаждение, совершенство,
идеал, мечта, волшебство, магия,
чудо, доброта, счастье, здоровье,
красота*

Частные концепты:

*автомобиль → свобода
лекарства → помощь / спасение
пиво → дружба / мужественность
конфеты → искусство / классика
шоколад → оптимизм / сказка
обувь → элегантность /
простота / практичность / «мое»
мужская туалетная вода →
дикарь / джентльмен
вода → ...?*

Узуальная модель концепта *вода*

1) понятийный компонент, ядерная зона: «бесцветная прозрачная жидкость», «соединение водорода и кислорода», «утоление жажды», «приготовление пищи»; околоядерная зона: «движущаяся масса такой жидкости»;

2) значимостный компонент, околоядерная и периферийная зоны:
а) «водные пространства» (водоем, заводь), «инженерные конструкции и сооружения» (водопровод, водохранилище), «явления живой и неживой природы» (водопад, водоплавающий, водоросли); б) общеслав. voda, стар. и др. вода, лат. unda – волна, вал, лит. áudra – поток, нем. waschen – мыть, winter – зима; в) данные русского ассоциативного словаря

• всего реакций на стимул: **555**,
 различных реакций на стимул: **194**,
 одиночных реакций на стимул: **118**,
 отказов: **4**.

Реакции на стимул "вода":

Реакции	Частота
холодная	48
чистая	42
пить	20
море	18
прозрачная	15
родниковая	14
жидкость	11
река	11
мокрая	9
питьевая	9
живая	8
земля	8
ключевая	7
огонь	7
стакан	7
течет	7
бежит	6
в стакане	6
голубая	6
горячая	6
грязная	6
дистиллированная	6
жизнь	6
теплая	6

воздух	5
кран	5
озеро	5
хлорированная	5
/	4
водка	4
газированная	4
жажда	4
жесткая	4
ледяная	4
мутная	4
пресная	4
суша	4
в кране	3
вкусная	3
минеральная	3
морская	3
прохлада	3
раствор	3
свежая	3
святая	3
снег	3
сырость	3
утекла	3
хлеб	3
хлорка	3
чиста	3

H2O	2
быстрая	2
ванна	2
горькая	2
для умывания	2
и огонь	2
из-под крана	2
кипяченая	2
колодезная	2
колодец	2
лимонад	2
лужа	2
льется	2
песок	2
прибывает	2
прозрачный	2
прохладная	2
речная	2
ржавая	2
ручей	2
сырая	2
туда	2
тяжелая	2
холод	2
чай	2
40 <градусов>	1
40 процентов	1
aqua	1
авария	1
бассейн	1
блеск	1
болото	1
бочка	1

в ведре	1
в колодце	1
в кувшине	1
в пруду	1
в пустыне	1
в ручье	1
вода	1
вода= кругом вода	1
водица	1
водопроводный кран	1
водород	1
Волга	1
волна	1
вредная	1
выпить	1
гавань	1
газировка	1
глубока	1
глубоко	1
гнезда	1
голубизна	1
горячее	1
горячий	1
грязна	1
грязновата	1
грязь	1
губит людей	1
деньги	1
дзот	1
жара	1
железо	1

живительная	1
жидкая	1
журчание	1
журчит	1
закипела	1
заледенела	1
замерзла	1
зеленая	1
зеркало	1
и пламень	1
из ведра	1
из крана	1
из озера	1
Кавказ	1
камень	1
кипеть	1
кипяченый	1
кол	1
количество	1
кончилась	1
купание	1
лед	1
лежать	1
лей	1
лить	1
литься	1
лодка	1
мама	1
мертвая	1

проточная	1
пустыня	1
разбавлять	1
разгрузки	1
речка	1
родник	1
рыба	1
синяя	1
сияющая	1
сок	1
соленая	1
спирт	1
спокойная	1
стоялая	1
стоячая	1
стремление	1
студеная	1
таз	1
текучая	1
теплый	1
тетрадь	1
течение	1
течет из крана	1
течь	1
треска	1
утоление жажды	1
хлористая	1
холодное	1
холодный	1
хорошая	1
хорошо	1
хрусталь	1

в) данные русского ассоциативного словаря: «чистота», «пить», «утолять жажду», «жизнь», «для умывания»;

3) образный компонент (периферийная зона). Доминантные метафоры:

- вещественные: жемчужная, перламутровая, изумрудная, лазурная, кристальная, хрустальная, малахитовая, свинцовая, серебряная, золотая, стеклянная, смолистая, чернильная, эмалевая, молочная;
- аудиальные и музыкальные: гремящая, шумливая, шумная, звонкая, неумолкаемая, тихая, глухая, златострунная;
- тактильные: гладкая, мягкая, тугая, ломкая, обжигающая;
- визуальные: глянцева, зеркальная;
- антропоцентрические: ленивая, дремлющая, дремотная, озорная, седая, полусонная, спокойная, спящая, ласковая, разгульная, вольная, свободная, сердитая, суетливая, болтливая, говорливая;
- медицинская: лекарственная, лечебная, целебная, целительная;
- витальные: живая, живительная, животворная, мертвая.

Спасибо за внимание!