

## METHODS OF RESEARCH OF MEDIA TEXTS

Otaxonova Hilola Ahmadjon kizi,  
Uzbekistan State World Languages University Department of theoretical aspects of the  
English language N2 Trainee teacher  
<https://doi.org/10.53885/edinres.2024.03.1.14>

*Abstract: In modern social sciences, there are many approaches to the analysis of media texts. During the lecture part of the discipline, various approaches to understanding text and discourse that exist in modern social sciences will be considered, as well as key methods for analyzing various types of media texts, their capabilities and limitations. At the seminars, students will be able to master the basics of content analysis, discourse analysis, narrative analysis, frame analysis, etc. Media information materials, artistic media texts, as well as publications on online social networks will be offered as objects of analysis.*

*Key words: RFL, media text, media, intercultural communication, linguocultural competence, context, text, subtext, text analysis techniques, picture of the world*

## OAV MATNLARINING TADQIQOT METODLARI

Otaxonova Xilola Axmadjon qizi,  
O'zbekiston davlat jahon tillari Ingliz tili nazariy aspektlari N2 kafedrasida stajor-o'qituvchisi

*Annotatsiya: Zamonaviy ijtimoiy fanlarda ommaviy axborot vositalari matnlarini tahlil qilishda ko'plab yondashuvlar mavjud. Ushbu maqolada zamonaviy ijtimoiy fanlarda mavjud bo'lgan matn va nutqni tushunishning turli xil yondashuvlari, shuningdek, har xil turdagi media matnlarni tahlil qilishning asosiy usullari, ularning imkoniyatlari va cheklovlari ko'rib chiqiladi. Maqola matnida kontent tahlili, diskurs tahlili, rivoyat tahlili, kadrlar tahlili va boshqalar asoslari kabi ma'lumotlar ko'rib chiqilgan. Tahlil obyekti sifatida OAV axborot materiallari, badiiy media matnlari, shuningdek, onlayn ijtimoiy tarmoqlardagi nashrlar olingan.*

*Kalit so'zlar: RFL, media matn, media, madaniyatlararo muloqot, lingvomadaniy kompetentsiya, kontekst, matn, subtekst, matnni tahlil qilish texnikasi, dunyo nazari.*

## МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАТЕКСТОВ

Otaxonova Xilola Axmadjon kizi,  
Узбекский Государственный Университет Мировых Языков Кафедра теоретических аспектов английского языка N2, Учитель-стажер

*Аннотация: Современных социальных науках существует множество подходов к анализу медиатекстов. В ходе лекционной части дисциплины будут рассмотрены различные подходы к пониманию текста и дискурса, существующие в современных социальных науках, а также ключевые методы анализа различных типов медиатекстов, их возможностей и ограничений. На семинарах студенты смогут освоить основы контент-анализа, дискурс-анализа, нарративного анализа, фрейм-анализа и др. В качестве объектов анализа будут предложены медиаинформационные материалы, художественные медиатексты, а также публикации в социальных сетях онлайн.*

*Ключевые слова: РКИ, медиатекст, СМИ, межкультурная коммуникация, лингвокультурологическая компетенция, контекст, текст, подтекст, методики анализа текстов, картина мира*

**ВВЕДЕНИЕ.** В современных условиях формирования информационного общества особое значение приобретает исследование дискретных единиц медиапотока. Несомненно, такой базовой единицей является медиатекст, объем которого позволяет объединять различные

и многоуровневые понятия, такие как газетные статьи, радиопередачи, телевизионные новости, интернет-реклама и другие виды СМИ.

Появился в 90-х годах XX века. В англоязычной научной литературе термин «медiateкст» быстро распространился как в международных академических кругах, так и в национальных средствах массовой информации. Быстрое укрепление понятия медiateкста в научном сознании было связано с возросшим интересом исследователей к изучению проблем массовой речи и особенностей языковой деятельности в сфере массовой коммуникации.

Действительно, тексты средств массовой информации сегодня изучаются с точки зрения самых разных дисциплин – лингвистики, социологии, психологии, стилистики, культурологии, политологии, межкультурной коммуникации. Интеграция различных методов анализа текстов масс-медиа в рамках медиалингвистики позволяет получить объемное, комплексное представление о реальных свойствах медиаречи, ее стиле, особенностях воздействия на индивидуальное и массовое сознание, способах взаимодействия между вербальным и медийным уровнями, идеологическая модальность [2], роль культурно значимых компонентов.

Сегодня медiateксты являются объектом исследования различных дисциплин – лингвистики, социологии, психологии, стилистики, культурологии, политологии, межкультурной коммуникации, что определяет междисциплинарный характер медiateкстов. Для изучения медiateкстов используются все методы обработки текста. Наиболее распространенными из них являются: метод лингвистического анализа, метод контент-анализа, метод дискурс-анализа, метод критической лингвистики, метод лингвистической экспертизы медiateкстов, метод когнитивного анализа, лингвокультурологический и когнитивный анализ.

#### ЛИТЕРАТУРНЫЙ АНАЛИЗ И МЕТОДОЛОГИЯ

Огромное внимание данной проблематике уделяли такие известные ученые, как Теун Ван Дейк, Мартин Монтгомери, Алан Белл, Норман Фейерклаф, Роберт Фаулер, которые рассматривали тексты массовой информации с точки зрения самых различных школ и направлений: социалингвистики, функциональной стилистики, теории дискурса, контент-анализа, когнитивной лингвистики, риторической критики. Внимание ученых привлекал самый широкий круг вопросов: это и определение функционально-стилевого статуса языка СМИ, и способы описания различных типов медiateкстов, и влияние на медиаречь социокультурных факторов, и лингвомедийные технологии воздействия.

Анализ работ, посвященных вопросам изучения текстового корпуса СМИ, позволяет говорить о том, что к концу XX в. сложились все необходимые условия для оформления накопленных знаний и опыта в самостоятельное научное направление. Иначе говоря, совокупный объем исследований медиаречи достиг «критической массы», что сделало возможным переход разысканий в данной области и новое качество медиалингвистику, рамки которой обеспечивают системный комплексный подход к изучению языка СМИ, а также позволяют выделить в качестве основной категории анализа медiateкст.

Методы лингвистического анализа – это группа традиционных для лингвистики текста методов семантического, стилистического, морфологического, синтаксического анализа. По мнению Т.Г. Добросклонской особенно важным является метод сплошного текстологического анализа «... позволяющий выявить закономерности построения текстов массовой информации на синтагматическом и стилистическом уровнях» [1, с. 51]. Группа лингвистических методов анализа медiateкстов позволяет выявить устойчивую сочетаемость единиц, характерную для различных медиатопиков, и определить особенности стилистических приёмов с точки зрения реализации общей коммуникативной перспективы медiateкста, таким образом, раскрывая закономерности организации каждого уровня

медиатекста. Значительную роль в изучении текстов массовой информации играет метод контент-анализа.

Данный метод основан на статистическом подсчёте специально выбранных единиц текста. Б. Берельсон (B. Berelson) определяет контент-анализ как «метод исследования для объективного, систематического и количественного описания явного содержания коммуникации» [2, с. 15]. Методологическая ценность контент-анализа обусловлена тем, что в роли единиц подсчёта может выступать любой компонент медиатекста. Такой подход позволяет составить адекватное представление о социальной реальности, репрезентируемой средствами массовой коммуникации. Кроме этого метод контент-анализа позволяет выявить частотные единицы тематически связанной лексики, устойчивые коллокации, наиболее распространенные способы ссылки на источник информации, приоритетные топики новостных текстов и т.д. [1, с. 53].

Данное свойство текстов массовой информации подчеркивается, в частности, многими английскими авторами, которые рассматривают медиатекст как совокупность вербальных и медийных признаков. Так, известный исследователь языка средств массовой информации Алан Белл в книге «Approaches to Media Discourse» пишет:

«Definitions of media texts have moved far away from the traditional view of text as words printed in ink on pieces of paper to take on a far broader definition to include speech, music and sound effects, image and so on... Media texts, then, reflect the technology that is available for producing them...»

Концепция медиатекста как объемного многоуровневого явления дополняется устойчивой системой параметров, которая позволяет дать предельно точное описание того или иного медиатекста с точки зрения особенностей его производства, канала распространения и лингвоформатных признаков.

#### ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Среди наиболее эффективных и распространенных методов изучения медиаречи можно выделить следующие:

1) Целую группу методов лингвистического анализа, позволяющих выявить базовые свойства и характеристики текста на различных языковых уровнях: лексическом, синтагматическом (сочетаемость), стилистическом (использование тропов, сравнений, метафор и прочих стилистических приемов), социолингвистическом.

2) Метод контент-анализа, или анализа содержания, основанный на статистическом подсчете специально выбранных текстовых единиц.

3) Метод дискурсивного анализа, основанный на концепции дискурса, и позволяющий проследить взаимосвязь между языковой и экстралингвистической сторонами текста.

4) Метод критической лингвистики (или риторической критики), позволяющий выявить скрытую политико-идеологическую составляющую медиатекста.

5) Метод когнитивного анализа, основанный на изучении концептуальной стороны текстов массовой информации и направленный на выявление соотношения реальной действительности и ее медиарепрезентаций.

6) Метод лингвокультурологического анализа, основанный на выявлении культур о значимых компонентах текста: реалий, заимствований, иностранных слов, единиц безэквивалентной лексики и т.п., позволяющий составить представление о культурологическом аспекте или иного произведения медиаречи, о его национально-культурной специфике.

Метод дискурсивного анализа позволяет сосредоточить внимание не только на внешних формальных признаках текста, но, и на целом ряде экстралингвистических факторов. При дискурсивном подходе каждый медиатекст рассматривается через призму общественно-идеологических связей, учитывая социальные интересы и политические взгляды участников массовой коммуникации. Концепция дискурса значительно расширяет возможности описания текста, подчеркивая значимость изучения экстралингвистических факторов,

сопровождающих коммуникацию.

Цель метода критической лингвистики заключается в обнаружении и изучении идеологически окрашенных компонентов текста. Основные положения данного направления определяются тем, что знаки языка и способы их актуализации не носят нейтрального характера. Особо подчёркивается в рамках данного метода необходимость выявления и описания идеологических средств воздействия, присутствующих в текстах. Особое внимание при этом уделяется анализу текстов массовой информации. Это связано с тем, что данный вид текстов по своей природе глубоко идеологизированный. Огромное внимание изучению текстов массовой информации уделяется в рамках когнитивной лингвистики. Когнитивисты исследуют медиатексты в связи с общими проблемами категоризации и концептуализации и в связи с вопросами языковой картины мира.

Когнитивный подход позволяет ответить на вопрос о способах взаимодействия между реальной действительностью и её медийной репрезентацией. Когнитивное освоение реальности зависит от интерпретаций, производимых и распространяемых по каналам массовой коммуникации. Механизм функционирования СМИ предполагает не только отражение окружающей действительности, но и её интерпретацию, способствующую созданию определенного идеологического фона.

#### ОБСУЖДЕНИЕ

Многие исследователи отмечают способность медиа влиять на общественное и индивидуальное сознание. Данное влияние осуществляется с помощью идеологизированных концептов и интерпретаций, отражающих определенные системы ценностей и отношений. Данное свойство в большей мере характерно новостным и информационно-аналитическим медиатекстам.

Лингвокультурологический метод имеет большое значение для анализа медиатекстов, поскольку корпус медиаречи является важнейшим компонентом культуры. Тексты массовой информации насыщены культурозначимой информацией, в них также фиксируются и отражаются общие и специфические особенности функционирования национальных языков и культур. Выявление и описание культурозначимых компонентов медиаречи поэтому оказывается сегодня одной из важнейших исследовательских задач [1, с. 58].

В рамках культурологического метода внимание акцентируется на экстралингвистических аспектах текста. К таким аспектам относятся: культурообусловленные образы, аудио или видеофрагменты. Культурологический метод позволяет сравнить, как аналогичные темы и образы актуализируются в медиадискурсе разных стран [1, с. 58].

Суть метода медиалингвистического анализа, по мнению Т.Г. Добросклонской заключается в «...обнаружении и описании закономерностей взаимодействия вербального и медийного рядов, в изучении особенностей использования знаков медийного уровня, а также различных вариантов комбинаций элементов всех уровней медиатекста: слово – звук – изображение, слово – графическое оформление – образ и т.д.» [1, с. 58].

Интеграция разных методов анализа медиатекстов в рамках медиалингвистики позволяет получить комплексное представление о свойствах и стилистике медиаречи, особенностях воздействия на индивидуальное и массовое сознание, о способах взаимодействия вербального и медийного уровней, о роли культурозначимых компонентов. Таким образом, можно сделать вывод, что представленные методы изучения медиатекстов позволяют получить комплексное представление о лингвистических, культурологических, идеологических и экстралингвистических аспектах медиатекста. На наш взгляд, группа лингвистических методов, а также методы дискурсивного и лингвокультурологического анализа являются наиболее актуальными в контексте дидактического процесса средней школы. Данные методы позволяют определить стилистические приемы, используемые в медиаречи, выявить частотные единицы тематически связанной лексики, экстралингвистические факторы,

сопровождаящие коммуникацию, определить общие и специфические особенности функционирования национальных языков и культур, что является неотъемлемой частью обучения иностранному языку в условиях интеграции языкового и медиаобразования.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Обзор методов изучения медиатекстов был бы неполным без упоминания метода собственно медиалингвистического. Несмотря на малый срок своего существования, медиалингвистика уже начала формировать собственный методологический аппарат. Сегодня есть все основания говорить о методе медиалингвистического анализа, суть которого состоит в обнаружении и описании закономерностей взаимодействия вербального и медийного рядов, в изучении особенностей использования знаков медийного уровня, а также различных вариантов комбинаций элементов всех уровней медиатекста: слово — звук — изображение, слово — графическое оформление — образ и т.д. При этом необходимо учитывать, что разноуровневые компоненты медиатекста могут сочетаться на основе разных принципов — иллюстрации, дополнения, усиления, контраста, столкновения смыслов и пр., создавая определенные эффекты и усиливая воздействие на аудиторию.

Завершая рассмотрение наиболее распространенных методов изучения медиатекстов, следует отметить, что только сочетание преимуществ различных методологических подходов позволяет получить всестороннее представление как об особенностях функционирования языка в сфере массовой коммуникации, так и о содержании ключевого для медиалингвистики понятия «текст массовой информации».

#### ЛИТЕРАТУРЫ

- Bell A. Approaches to Media Discourse. London: Blackwell, 1996. P. 3.
- Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. / Т.Г. Добросклонская. – М.: Москва, 2008. – 203 с.
- Berelson, B. Content Analysis in Communication Research / B. Berelson. Glencoe: The Free Press, 1952. – 220 p.
- Ганапольская Е.В. Адаптация текстов для чтения на различных уровнях владения языком Вебинар 21.03.2013: <http://199.116.250.222/video/112/841MiSK0g2IIIFx.mp4>
- Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. – М., 200. С.82
- Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. 3-е изд. – М.: «Добросвет», «Издательство КДУ», 2014. – 232. – С. 205-212.
- Кузьмина Н.А. Современный медиатекст. –М: ФЛИНТА, 2013. – С. 37-44.
- Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С.136
- Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии». – М., 1993. – С. 261
- Уорф Б. Отношение норм поведения и мышления к языку// Зарубежная лингвистика. 1. – М., 2002. – С. 85.
- Ушакова Т.Н., Павлова Н.Д. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса. – СПб.: Алетейя, 2000, с. 40 – 67.
- Хрущев Н.С. Догоним и перегоним Америку: <http://sovmusic.ru/text.php?fname=khrushev>