

Методика изучения и интерпретации медиатекстов в контексте обучения РКИ

Цыкунов И.В.,

магистрант, факультет "Иностранные языки", ГБОУ ВПО МГППУ, Москва, Россия,
artefakt@yandex.ru

В статье анализируется практика обучения иностранных студентов РКИ на материале средств массовой информации и предлагается модель изучения материалов масс-медиа, описывающая базовые лингвистические и экстралингвистические параметры медиатекста. Автор предлагает рассматривать каждый текст как системное единство трех уровней (контекст-текст-подтекст), позволяющее адекватно интерпретировать сообщения средств массовой информации, а также развивать языковое чутье и компетенции обучающихся.

Ключевые слова: РКИ, медиатекст, средства массовой информации, межкультурные коммуникации, лингвострановедческие компетенции, методики анализа текстов, контекст-текст-подтекст, методики изучения языка, языковая картина мира, приемы манипулирования массовым сознанием, эксплицитные интенции, имплицитные интенции.

Для цитаты:

Цыкунов И.В. Методика изучения и интерпретации медиатекстов в контексте обучения РКИ [Электронный ресурс] // Язык и текст langpsy.ru. 2015. Т. 2. №2. URL: <http://psyjournals.ru/langpsy/2015/n2/Tsykunov.shtml> (дата обращения: дд.мм.гггг) doi: 10.17759/langt.2015020206

For citation:

Tsykunov I.V. The methods of study and interpretation of media texts in the context of teaching Russian as a foreign language [Elektronnyi resurs]. *Jazyk i tekst langpsy.ru [Language and Text langpsy.ru]*, 2015, vol. 2, no. 2. Available at: <http://psyjournals.ru/langpsy/2015/n2/Tsykunov.shtml> (Accessed dd.mm.yyyy). doi: 10.17759/langt.2015020206

Трехуровневый подход к анализу медиатекстов

При обучении иностранцев русскому языку возникает необходимость в инструментах, позволяющих адекватно интерпретировать языковые явления. Одним из способов знакомства с культурой, историей, политикой страны изучаемого языка всегда было чтение публикаций средств массовой информации. Существуют разнообразные подходы, разработанные в рамках формирования лингвострановедческой компетенции. Современные хрестоматия и учебные пособия по РКИ включают в содержание медиатексты. Но в большинстве случаев это специально отобранные и адаптированные материалы. В случае же углубления компетенции обучающихся в освоении языка и понимания особенностей межкультурной коммуникации, возникает необходимость включения в курс неадаптированных источников информации. Задача данной публикации предложить методику всестороннего анализа медиатекстов, предполагающую наиболее полное и адекватное понимание изучаемого материала.

Если на первых уровнях изучения языка базовыми критериями подбора обучающего текста являются его актуальность для учащегося и легкость восприятия, то на последующих этапах – общественная актуальность и аутентичность.

Рекомендуемыми требованиями к учащимся в освоении текстов (от элементарного

уровня до второго сертификационного уровня) являются:

1. Понять общего содержания текста (Элементарный уровень)
2. Понять тему (Элементарный уровень)
3. Понять основную информацию текста и его важные содержательные детали (Элементарный уровень)
4. Понять основную идею текста (Базовый уровень)
5. Понять дополнительную информацию текста (Базовый уровень)
6. Интерпретировать информацию текста, выводы и оценки автора (1 сертификационный уровень)
7. Представлять логическую схему развертывания текста (2 сертификационный уровень)
8. Уметь читать художественную литературу: определять способ общения, сопричастность автора, выражать свое отношение к прочитанному (2 сертификационный уровень) [1]

Данная схема хорошо вписывается в практику обучения РКИ, однако требует некоторых дополнений. В восприятии и оценке медиатекста (в отличие от художественного) есть специфические особенности, учет которых помогает их адекватной интерпретации.

Так, любой медиатекст имеет многоуровневую структуру. Помимо той информации, что в нем предъявлена эксплицитно и прагматически обоснована, существует еще имплицитный уровень, зачастую в неявном виде транслирующий фоновую оценочную информацию, а, кроме того, и имеют значение обстоятельства появления публикации. Именно с учетом данных особенностей предлагается обратить внимание обучающихся на разноразностность и многозначность медийных текстов и дать схему их оптимального анализа.

Итак, обратим внимание на следующие аспекты: любой медиатекст может быть оценен по трем базовым позициям:

- с точки зрения внеязыкового контекста (далее **«Контекст»**);
- как эксплицитный текст (далее **«Текст»**), содержащий лексические и синтаксические единицы, представляющий очевидную поверхностную информацию о зафиксированных публикацией событиях и объектах.
- как имплицитный текст (далее **«Подтекст»**), отражающий неявную, скрытую от непосредственного восприятия информацию или модальные характеристики публикации.

Адекватная интерпретация текста возможна только с учетом всех базовых позиций (обозначим их кратко – КТП). Только поверхностное восприятие на уровне анализа простых лексических единиц может сильно исказить смысл текста как высказывания. Один известный переводчик часто приводил в пример своего американского коллегу, любившего использовать идиоматические выражения и проважавшего российскую делегацию фразой «скатертью дорожка». В буквальном понимании она представляется позитивной, но контекст ее употребления меняет смысл на противоположный.

В данное время специалисты выделяют несколько базовых видов анализа текста: метод лингвистического анализа, метод контент-анализа, метод дискурсивного анализа (дискурс-анализ), метод критической лингвистики (critical linguistics), метод лингвистической экспертизы медиатекста, когнитивный анализ, метод лингвокультурологического анализа, метод лингвистического анализа [4]. Предложенный метод использует элементы лингвистического, лингвокультурологического, дискурсивного и медиалингвистического анализа. С одной стороны, мы изучаем медиатексты традиционными лингвистическими способами (семантика, стилистика, синтаксис, морфология), с другой стороны, концентрируемся на типичном для дискурс-анализа [5] внимании к экстралингвистическим – прагматическим, социокультурным, психологическим и другим факторам, прекрасно выраженным фразой «Дискурс – это речь, погруженная в жизнь». В конце концов, именно в рамках дискурс-анализа известный голландский ученый Т. ван Дейк подготовил такие

классические работы, как «Анализ новостей как дискурса» и «Структура новостей в прессе». Метод критический лингвистики нам интересен прежде всего постановкой вопросов (L. Masterman) о значимости учета влияния на интерпретируемый текст не только непосредственных авторов, но и владельцев СМИ, формирующих информационную политику издания, а также об определяющей роли ценностных ориентаций создателей и трансляторов медиатекста. Лингвокультурологический и медиалингвистический подходы только формируются в качестве самостоятельного направления, но именно их ориентация на контекстность и медийность особо ценны.

Критерии отбора публикаций для уроков РКИ

Для полноценного раскрытия особенностей представляемой здесь методики КТП-анализа медиатекста важен строгий отбор публикаций. Желательно, чтобы они отвечали следующим требованиям:

- достаточный объем, не слишком длинный для восприятия и не слишком короткий, чтобы была возможна углубленная интерпретация;
- яркие лингвистические характеристики, позволяющие исследовать модальность текста в ее разнообразных проявлениях;
- значимое авторство, представляющее интерес с лингвострановедческой точки зрения (известные писатели, поэты, режиссеры, политики и общественные деятели);
- культурно-историческая значимость, позволяющая по возможности непротиворечиво восстановить исторический контекст появления материала.

Таковыми особенностями, как правило, отличаются медийные выступления известных и статусных людей. Для анализа подойдут как тексты непосредственно ими написанные, так и публичные выступления, подготовленные с минимальным участием спичрайтеров. Главное, чтобы медиатекст представлял собой развернутое высказывание со всеми характеристиками полноценного текста (структурой, законченностью, полнотой).

Последовательность реализации КТП-анализа

Текст с учетом очевидного дидактического подхода желательно анализировать поэтапно, раскрывая значение каждого уровня, с последующей интеграцией найденных значений медиатекста. Выделим семь базовых этапов, с которыми нам предстоит знакомить обучающихся.

1. Уровень контекста (К)

Первый этап – описание контекста (историческая ситуация, участвующие субъекты, события, непосредственно предшествующие появлению текста, прагматические цели участников).

Второй этап – выявление экстралингвистических характеристик текста (принадлежность медиа, авторство текста, время публикации, месторасположение и рубричное обозначение медиатекста и т.п.)

Третий этап – проверка восприятия текста обучающимися. Реализуется в три этапа: чтение текста – изложение понятого содержания – дискуссия по итогам прочитанного.

2. Уровень текста (Т)

Четвертый этап – провести лексический разбор текста. Важно отметить неизвестные обучающимся слова и разъяснить их значение, для некоторых из слов дать историческую справку

Пятый этап – выделить слова, имеющие яркие экспрессивные (модальные) характеристики, определяющие личное отношение автора к описываемым явлениям.

3. Уровень подтекста (П)

Шестой этап – выделение в тексте базовых пресуппозиций, представляющих собой

допущения, постулаты, убеждения, не выраженные эксплицитно, но присутствующие в тексте и влияющие на его восприятие.

Седьмой этап – построение на базе пресуппозиций семантической модели, транслируемой медиатекстом, и обобщение полученной информации.

Обучающиеся составляют итоговое резюме, в котором фиксируются позиции «текст-подтекст-контекст» и основные выводы из интерпретируемого медиатекста. Такой подход позволяет выработать навык анализа публицистики, выявления базовых смыслов исследуемого текста в хорошо понимаемом социальном контексте. Вероятно, в таком подходе нуждаются не только иностранцы, изучающие русский язык, но и те, для кого он родной. Способность критического восприятия транслируемой СМИ информации в наше время важнейший социальный навык.

Обучение методике считается законченным, когда ученик самостоятельно проводит анализ медиатекста, последовательно проходя обозначенные выше этапы. Со временем такой анализ становится навыком, который уже не требует строгого следования алгоритму.

Языковая картина мира и медиатекст

При объяснении модели анализа медиатекста важно дать учащимся объяснение фактам и представлениям, которые не согласуются с их собственными. Очевидно, что рассогласование в оценке событий приводит к выводу, что медиатекст транслирует ложную информацию и, как иногда представляется читателю, происходит это намеренно. И тут важно сослаться на понятие языковой картины мира, открытое В. фон Гумбольдтом [2] и глубоко разработанное представителями американской этнолингвистики Э. Сепиром (E. Sapir) и Б. Уорфом (B. Whorf). По мнению Э. Сепира, «мы видим, слышим и вообще воспринимаем мир именно так, а не иначе главным образом благодаря тому, что наш выбор при его интерпретации предопределяется языковыми привычками нашего общества» [6]. В свою очередь, Б. Уорф подчеркивал, что наш «мыслительный мир не только соотносится с нашими культурными идеалами и установками, но захватывает даже наши собственно подсознательные процессы» [7]. По гипотезе Сепира-Уорфа, мы интерпретируем мир в соответствии с нашими установками, к которым сами часто не имеем доступа. Тем не менее иногда эти «искажения» осуществляются вполне осмысленно с целью манипулирования воспринимающим текст.

Выявление интенций в тексте

При анализе подтекста важно понимать, каким образом мы выделяем эксплицитные и имплицитные интенции. Под интенциональностью текста понимается оценка или убеждение, выраженные в неявном виде. Различают прямолинейную интенциональность (наивную, т.е. выраженную прямолинейно), или, как ее еще называют, первичную, и завуалированную (со сложной лексической структурой), определяемую как вторичную. Вторичная интенция выявляется с помощью специальной процедуры [8]. Анализ построен на том, что интенция всегда направлена на некоторый объект и выражается к чему- или кому-либо, а также к предмету, явлению, теме. Интенция выражена позитивной или негативной модальностью

Примеры негативной интенции – порицание, осуждение, негативная оценка, угроза. Примеры позитивной интенции – поддержка, одобрение, поощрение, положительная оценка. Интенции выделяются экспертным образом. Однако в нашем случае достаточно интуиции простого учащегося. В качестве примера приведем знаменитый текст Н.С. Хрущева «Догоним и перегоним Америку». Контекст очевиден. Сам текст следует ниже:

Н.С. Хрущев: *Вы сейчас идете впереди нас.*

Переводчик: *For the moment, you are ahead of us.*

Н.С. Хрущев: *Нам еще надо хорошенько поработать и попотеть, чтоб вас догнать.*

Переводчик: *We still have a lot of work to do to catch up with you.*

Н.С. Хрущев: Приналяжем!

Переводчик: We'll do that. We'll do our best.

Н.С. Хрущев: Догоним!

Переводчик: We'll catch up.

Н.С. Хрущев: Обгоним!

Переводчик: We'll surpass you.

Н.С. Хрущев: И вперед пойдём.

Переводчик: And we'll go forward.

Н.С. Хрущев: Это мое убеждение.

Переводчик: That's my conviction.

Н.С. Хрущев: Вы можете смеяться над этим! Но посмеетесь, когда мы, знаете, обгоним вас и скажем "Господа капиталисты! До свидания. Наш поезд сюда идет. Пожалуйста, за нами!" (смех в зале)

Переводчик: You may perhaps laugh now. But when we overtake you, we'll wave our hands and say "Capitalists! Good bye. Our train is going ahead. Catch up if you can!" [9]

Первичные интенции:

«Они»

1. Америка опережает СССР
2. СССР ставит задачей обогнать Америку
3. Хрущев верит, что это получится

«Мы»

1. СССР слабее Америки
2. СССР может обогнать Америку
3. Для победы необходимо интенсивно трудиться

Вторичные интенции:

«Они»

1. Слишком сильны экономически и поэтому опасны
2. Они могут смеяться над нами
3. Они капиталисты, а мы коммунисты, но проигрываем борьбу систем

«Мы»

1. Нам не нравится, что над нами смеются
2. Мы движемся в одном направлении
3. Мы напряжем все силы и сверхсилы, чтобы догнать

Основная интенция, скрытая в тексте, – СССР не воспринимает Америку как военную угрозу, а готов вступить в экономическое соревнование двух политических систем.

Способы модификации медиатекста

Для КТП-анализа важно выделить приемы формирования подтекста. Часть их исследована в рамках различных направлений лингвистики. Тут можно сослаться на обзор исследований по этой тематике и анализ лингвистических инструментов, сделанный Даниловой А.А. [3]. Автор обзора выделил приемы манипулирования, реализуемые через медиатекст. Мы, в свою очередь, структурируем их в соответствии с позициями модели КТП:

КОНТЕКСТ

Экстралингвистически мотивированная позиционная замена, основанная на разрыве сигнификативно-денотативной связи, нарушении предметной соотнесенности знака: денотату приписывается новый сигнификат; номинация одушевленного референта неодушевленным

существительным; изменение ассоциативного ряда путем манипулирования контекстом.

Структурно-композиционное построение дискурса – порядок и взаимосвязи тех или иных семантических единиц в тексте (расположение статей, характер заголовков и подзаголовков, иллюстраций).

ТЕКСТ

Лексико-семантическая вариативность (синонимия) – неоправданный выбор из семантического поля слова наиболее удаленного по смыслу от семантического ядра, но «близкого» к целям манипулятора значения.

Упрощение – изложение события примитивизирующим и редуцирующим смысл высказывания образом.

Введение исторических параллелей через имена собственные для создания негативной коннотации и подмены понятий.

Пассивизация перформатива – замалчивание агенса через введение неопределенно-личных и безличных конструкций

Эвфемизмы и дисфемизмы, основанные на устойчивых изменениях семантического поля слова.

Овеществление – приравнивание к неодушевленным предметам людей и событий.

Использование денотативно свободных слов, так называемых «слов-амеб», «идеологем», таких как «толерантность», «свобода», «прогресс».

Повтор – риторические фигуры, построенные на повторе (реприза, плеоназм, анафора и пр.).

ПОДТЕКСТ

Изменение ассоциативного поля слова – искусственная замена в массовом сознании одной ассоциации на другую.

Псевдоявления, конструируемые СМИ с помощью лексико-грамматических средств и их бесконечного повторения.

Метафоры – подмена рационально обоснованного суждения иррациональным.

Мифы – устойчивые убеждения, претендующие на статус истинного суждения.

Введение эксперта – введение адгерентных коннотаций: достоверность, точность, правильность.

Субъективная модальность – представление события как реального или ирреального в зависимости от интенций первого коммуниканта.

Перенос смыслового акцента – вместо положения, требующего доказательства (ассерции), аргументируется очевидное положение (пресуппозиция).

Штампы (универсальные истины) – маскировка ассерции под пресуппозицию, которая часто является ложной.

Параллельные конструкции – искусственное разделение плана выражения и плана содержания.

Подмена аргумента – разрыв логической цепи, предопределение результата, который сам нуждается в доказательстве.

Данные приемы характерны для пропаганды и присутствуют в том или ином виде практически во всех медиатекстах. Мы не будем забывать, что прагматическая цель любого публицистического текста – воздействие на аудиторию. Однако переход от информирования к формированию картины мира аудитории всегда приводит к существенному искажению передаваемых сведений и, в конце концов, к диффамации. В нашем случае важно, чтобы человек, изучающий язык, понимал основу создания медиатекстов и отличал разные виды информирования от приемов манипулирования.

Возможности использования модели КТП

Использование при обучении иностранцев модели КТП (контекст-текст-подтекст) позволяет расширить языковые навыки студентов за счет фиксации дополнительных лингвистических и экстралингвистических параметров медиатекста и понимания взаимодействия уровней его интерпретации. Методика может применяться на последних ступенях обучения, когда совершенствуются навыки свободного владения языком и формируются важнейшие лингвострановедческие компетенции. Последовательное изучение алгоритма анализа текстов средств массовой информации позволяет более адекватно воспринимать информацию, делая поправку на приемы манипулирования и очевидные искажения, характерные для политического дискурса.

Литература

1. *Ганапольская Е.В.* Адаптация текстов для чтения на различных уровнях владения языком Вебинар 21.03.2013: <http://199.116.250.222/video/112/841MiSK0g2lIFx.mp4>
2. *Гумбольдт В.* Избранные труды по языкознанию. – М., 200. С.82
3. *Данилова А.А.* Манипулирование словом в средствах массовой информации. 3-е изд. – М.: «Добросвет», «Издательство КДУ», 2014. – 232. – С. 205-212.
4. *Кузьмина Н.А.* Современный медиатекст. –М: ФЛИНТА, 2013. – С. 37-44.
5. Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С.136
6. *Сепир Э.* Избранные труды по языкознанию и культурологии». – М., 1993. – С. 261
7. *Уорф Б.* Отношение норм поведения и мышления к языку// Зарубежная лингвистика. 1. – М., 2002. – С. 85.
8. *Ушакова Т.Н., Павлова Н.Д.* Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса. – СПб.: Алетейя, 2000, с. 40 – 67.
9. *Хрущев Н.С.* Догоним и перегоним Америку: <http://sovmusic.ru/text.php?fname=khrushev>

The methods of study and interpretation of media texts in the context of teaching Russian as a foreign language

Tsykunov I.V.,

Master student, Faculty of Foreign languages, Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia.

The article analyses the practice of teaching Russian as a foreign language on the basis of media materials and offers a model of studying mass media materials, describing basic linguistic and extralinguistic options of media text. Author offers to review every text as organized unity of three levels (context-text-subtext), giving an opportunity to interpret mass media messages and develop linguistic intuition and student's competence.

Keywords: Russian as a foreign language, media text, mass media, cross-cultural communication, the methods of text analysis, context-text-subtext, the methods of studying language, linguistic world outlook, the ways of manipulation of mass consciousness, explicit and implicit intentions.

References

1. *Ganapol'skaja E.V.* Adaptacija tekstov dlja chtenija na razlichnyh urovnjah vladenija jazykom Vebinar 21.03.2013: <http://199.116.250.222/video/112/841MiSK0g2IIFx.mp4>
2. *Gumbol'dt V.* Izbrannye trudy po jazykoznaniju. – M., 200. S.82
3. *Danilova A.A.* Manipulirovanie slovom v sredstvah massovoj informacii. 3-e izd. – M.: «Dobrosvet», «Izdatel'stvo KDU», 2014. – 232. – pp. 205-212.
4. *Kuz'mina N.A.* Sovremennyj mediatekst. –M: FLINTA, 2013. – pp. 37-44.
5. *Lingvisticheskiy jenciklopedicheskiy slovar'.* – M.: Sovetskaja jenciklopedija, 1990. – pp.136
6. *Sepir E.* Izbrannye trudy po jazykoznaniju i kul'turologii». – M., 1993. – pp. 261
7. *Uorf B.* Otnoshenie norm povedenija i myshlenija k jazyku// Zarubezhnaja lingvistika. 1. – M., 2002. – pp. 85.
8. *Ushakova T.N., Pavlova N.D.* Slovo v dejstvii. Intent-analiz politicheskogo diskursa. – SPb.: Aletejja, 2000, pp. 40 – 67.
9. *Hrushhev N.S.* Dogonim i peregonim Ameriku: <http://sovmusic.ru/text.php?fname=khrushev>