

Секция «Лингвистика: Текст и дискурс: проблемы анализа и интерпретации»

Метод контент-анализа в исследовании медиатекстов (на материале интернет-портала Russia Today)

Научный руководитель – Алюнина Оксана Германовна

Александрова Полина Валерьевна

Студент (бакалавр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Кафедра романо-германского языкознания и межкультурной коммуникации, Ставрополь, Россия

E-mail: pudovka2391997@gmail.com

Работа посвящена исследованию медиатекстов методом контент-анализа. Выбор темы исследования определяется тем, что данный метод исследования постоянно привлекает внимание исследователей различного рода текстов, в ходе своего практического применения контент-анализ постоянно совершенствуется и модифицируется. В то же время настоящий уровень развития междисциплинарных исследований дискурсивной деятельности служит надежной базой для разработки новых научных подходов и исследовательских методик, которые позволяют изучить и описать объективацию одной из реализуемых в регистре массовой коммуникации форм информационно-воздействующего общения, а также способы его презентации.

В данной работе нас интересует контент-анализ с лингвистической точки зрения. Контент-анализ в наиболее общем понимании данного термина представляет собой методику исследования в области общественных наук, позволяющую анализировать текстовые массивы с целью выявления их объективных характеристик. Подобный анализ переводит информацию, содержащуюся в объективных синтаксических и лексических характеристиках, в информацию о семантических особенностях текста.

Актуальность темы исследования определяется несомненной важностью изучения глубинной сущности двойственности массовой вербальной и невербальной коммуникации, природа которой в данной работе раскрывается через комплексный анализ и установление функциональных, содержательных и формально-языковых характеристик и способов презентации в публицистическом дискурсе.

Методология исследования включает в себя общенаучные методы анализ, синтез, индукция, а также частнонаучные: метод дефиниционного анализа, позволяющий выявить рабочее определение; метод лингвистического наблюдения и описания; метод типологизации анализируемого материала; метод направленной выборки.

Научная новизна работы заключается в том, что в ней впервые реализовано поэтапное комплексное исследование и представлено целостное системное описание медиа текста, ранее специальному исследованию не подвергавшегося. Результаты проведенного исследования также проливают свет на особенности языка формирующейся в настоящее время, воплощенного в дискурсе франкоязычных печатных СМИ.

Общетеоретической базой данного исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых по проблемам функционирования языка в сфере массовой коммуникации (Т. Г. Добросклонская, Л. В. Головина, Н. П. Кругликова, О. В. Пойманова, Е. Е. Анисимова, Н. Д. Арутюнова, А. Н. Баранов, В. М. Сергеев, В. М. Краснов, Е. Я. Басин, М. М. Бахтин, А. А. Бернадская, А. Вежицкая, Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров, С. Г. Воркачев, И. Р. Гальперин, Б. М. Гаспаров, В. В., Ильин, В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин, Л. А. Киселева и др.).

Таким образом, мы обосновали, что попытки усовершенствования методологии идентификации медиатекста по различным направлениям его структуры и функционирования оказываются весьма продуктивными. Масс-медиа рассматриваются как один из важнейших регулятивно-контролирующих социальных механизмов. Говоря о контенте медиатекстов, некоторые исследователи обращают внимание на недоброкачественные медиатексты, ценностная установка которых противоречит гуманистической концепции личности и общества и направлена на агрессивность. Исследование, основанное на применении метода контент-анализа, независимо от выбранного вида (качественный или количественный контент-анализ), состоит из нескольких основных этапов: 1) подбор материала, который послужит объектом исследования и последующего анализа; 2) определение единиц анализа; 3) статистическая обработка данных; 4) интерпретация полученной статистики.

Источники и литература

- 1) Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи. — Едиториал УРСС г.Москва, 2005. — С. 286.
- 2) Кобрин Н. В. «Медиатексты Твиттера в когнитивном аспекте (на материале английского языка)»: диссертация кандидата Филологических наук: 10.02.04 / Кобрин Наталья Васильевна; [Место защиты: ФГБОУ ВО Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова], 2016
- 3) Михеев, А.В. О некоторых типах взаимодействия изображения и текста [Текст.] / А.В. Михеев // Типы коммуникации и содержательный аспект языка. —М, 1987. — 395 с.
- 4) Allan K. Linguistic Meaning. —N.-Y, 1986. — 139 p.
- 5) Тураева, З.Я. Лингвистика текста: (Текст: структура и семантика). Текст. / З.Я. Тураева. —М, 1986 — 261 с
- 6) Леви, Ю.Э. Вербальные и невербальные средства воздейственности рекламных текстов. Текст. / Ю.Э. Леви, Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук. —М.: МГЛУ, 2003. —21 с.
- 7) Костомаров, В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. Текст. / В.Г. Костомаров —СПб.: Златоуст, 1999. — 319 с.
- 8) Сарна А. Я. Анализ контента в новых медиа// Вестник ВолГУ. Сер. 7