

Некоторые особенности современного телевизионного дискурса

Среди многочисленных форм масс-медиа, существующих на сегодняшний день, телевидение можно назвать самой популярной. Поэтому вполне обоснованно, что телевидение оказывает наибольшее воздействие на носителей языка всех возрастных групп и социальных слоев. По мнению М.Е. Фролова, телевизионный дискурс представляет собой многокомпонентную модель, в формировании которой должны принимать участие не только непосредственно журналисты и операторы, но и такие специалисты как лингвисты и психологи, которые создают условия для успешной реализации актов телевизионной коммуникации. Телевизионная коммуникация предполагает наличие основных элементов: отправителей, канал распространения ТВ-информации и получателей или потребителей, на которых она направлена [2: 200].

Как считает Ларина Е.Г., основной задачей телевизионного дискурса, вне зависимости от его жанровой принадлежности, является информационное воздействие на человека [1: 166]. Особенность телевизионной коммуникации заключается в том, что коммуникативно-ролевые позиции участников коммуникации в большей степени условны. Позицию отправителя дискурсивного сообщения чаще всего занимает ведущий телепередачи. Телевизионная коммуникация – это специфический вид коммуникации в рамках определенного программно-информационного пространства как совокупности коммуникативных практик в виде некоего «дискурс-архива» конкретной телепрограммы, целью которой является эффективная реализация кодов (в форме эффективно-воздействующего информационного сообщения) отправителем и их успешное восприятие адресатом [1: 167].

Воздействующий потенциал такого информационного сообщения

существует в виде какой-либо разновидности телепередач, направленных на формирование образа социально-политической ситуации в мире, стране, регионе, городе, а также на формирование соответствующего отношения к данной ситуации у адресата, как члена социума, или на создание у адресата степени его вовлеченности в коммуникативно-информационную интеракцию с масс-медиа, направленную на изменение его ассоциативных представлений о референте. В современном телевизионном дискурсе действуют свои культурные нормы. В совокупности с экстралингвистическими факторами в событийном тексте используются слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определенный период в каком-либо языке либо используемые один раз в дискурсе. Законы массовой коммуникации требуют усредненно-обобщенного, стереотипизированного общения: сам акт трансляции, например, некоторой политической идеи на массовое сознание возможен только в форме определенных стереотипов. Процесс тиражирования социально-политической информации, имеющий целью вызвать в сознании и политическом поведении людей сколько-нибудь однородную, стереотипную реакцию, возможен только посредством использования информационных стереотипов, вызывающих, в свою очередь, соответствующие психологические и поведенческие стереотипы у реципиентов.

Библиографический список

1. Ларина Е.Г. Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса (на материале американских телевизионных программ): дис. ... канд. фил. наук. Волгоград, 2004. 171 с.
2. Фролов М.Е. Телевизионный дискурс информационно-аналитических программ (на материале программ криминально-правовой тематики НТВ): дис. ... канд. фил. наук. Тверь, 2004. 203 с.