

Научная статья  
https://doi.org/10.23672/SEM.2023.3.3.014  
УДК 81



## ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКИХ НОВОСТНЫХ РЕПОРТАЖЕЙ В ЦИФРОВЫХ СМИ

Су Синь

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

**Аннотация.** *Актуальность:* В этом исследовании анализируются лингвистические особенности, идеологические убеждения, а также критическое мышление в комментариях к новостным репортажам, которые определяются как комментарии читателей к политическим публикациям в социальных сетях или на других платформах. Цель данной статьи заключается в применении критического дискурсивного анализа и социокогнитивного подхода. Задачи данной статьи состоят в проведении детального анализа изучаемых конструкций в выборочных новостных комментариях и публикациях. Используемые методы: сравнительный анализ и контент-анализ. Что касается результатов и анализа данных, были отобраны выборки из социальных сетей, новостных колонок и комментариев к новостям в цифровых СМИ. В заключении исследования была предложена социокогнитивная модель для изучения языковых особенностей текстов политической направленности, идеологий и критического мышления.

**Ключевые слова:** цифровые СМИ, лингвистика, новостные репортажи, политический медиадискурс, медиажанр.

## LINGUISTIC FEATURES OF POLITICAL NEWS REPORTS IN DIGITAL MEDIA

Su Xin

Lomonosov Moscow State University

**Annotation.** *Relevance:* This study explores linguistic features, ideological beliefs and critical thinking in news comments, which are defined as readers' comments on political publications on social networks or platforms. The purpose of this article is to apply a critical discursive analysis and a sociocognitive approach. The objectives of this article are to conduct a detailed analysis of the studied structures in selective news comments. Methods: comparative analysis, content analysis. As for the results and data analysis, samples from social networks, news columns and news comments were selected. At the conclusion of the study, a sociocognitive model was proposed for the study of language forms, ideologies and critical thinking.

**Keywords:** digital media, linguistics, news reports, political media discourse, media genre

### Введение

На протяжении десятилетий большая часть существующей литературы по новостному тексту была сосредоточена на том, как новость

оформляется с точки зрения автора; однако исследования новостного текста, проводимые комментаторами, гораздо менее развиты. Поэтому мы выбрали определенный тип неразвитого

новостного текста, то есть новостной комментарий, в качестве основного текста для данного исследования. В исследовании комментарии к новостям не были определены как длинные статьи с комментариями, которые профессионалы или журналисты пишут, чтобы прокомментировать конкретные новости; вместо этого это были короткие комментарии в режиме реального времени или подкасты читателей.

### Результаты

Для изучения лингвистических особенностей, идеологий и критического мышления использовалось множество подходов. Изучение этих конструкций является сложной задачей. Поскольку сложный мир динамичен и регулярно меняется, конкретная и индивидуальная структура может оказаться неспособной полностью интерпретировать или объяснить конструкции. Кроме того, некоторые основные компоненты или принципы некоторых теорий или фреймворков могут перекрываться, что усложняет выбор теоретической основы. Для текущего исследования мы решили точно определить наши фокусные конструкции, а затем согласовать эти конструкции с соответствующими теориями.

Хотя CDA десятилетиями применялся к исследованиям языка и идеологии, его редко рассматривали в отношении комментариев к новостям, особенно в китайском контексте. Таким образом, целью данного исследования является изучение лингвистических особенностей комментариев к новостям в основных социальных се-

тях Китая и дальнейшее изучение случаев идеологического и критического мышления в ответах на эти комментарии. В частности, мы попытаемся исследовать следующие вопросы: (1) типичные языковые формы, идеологии и критическое мышление в комментариях к новостям и (2) как эти конструкции информируют друг друга в комментариях к новостям.

Таким образом, новостной комментарий, как один из видов медиатекста, показывает отношение аудитории к конкретной новости, теме или событию; он передает идеологические убеждения, которых придерживается аудитория в отношении новостей, тем или событий. Фэйрклоу (2006) утверждал, что понимание того, как аудитория интерпретирует новости и реагирует на них, полезно для анализа их идеологий. Однако эксплицитность или расплывчатость идеологических убеждений, раскрываемых в медийном дискурсе или новостном тексте, затрудняет исследование этой темы.

Мы взяли теоретическую предпосылку Ван Дейка (1997) о том, что новостной текст идеологический по своей природе и исследовали, как критическое мышление и лингвистические формы, как различные конструкции, могут информировать комментаторов о выявленных идеологиях посредством конкретного новостного текста. Прежде чем мы подробно остановимся на теоретической базе, мы представим некоторые краткие описания терминов или конструкций, то есть идеологии и критического

мышления, основных компонентов исследования [1, с. 154].

### Обсуждение

Ван Дейк (2006) определил идеологии как «системы идей» и социокогнитивно «разделяемые представления социальных групп, а более конкретно - как аксиоматические принципы таких представлений». Таким образом, идеологии являются «базовыми структурами для организации социального познания, разделяемого членами социальных групп, организаций или институтов» и пронизывают весь дискурс и коммуникацию, включая медиатекст как одну из преобладающих форм. Таким образом, новостной комментарий, как один из видов медиатекста, показывает отношение аудитории к конкретной новости, теме или событию; он передает идеологические убеждения, которых придерживается аудитория в отношении новостей, тем или событий. Фэйрклоу (2006) утверждал, что понимание того, как аудитория интерпретирует новости и реагирует на них, полезно для анализа их идеологий. Однако эксплицитность или расплывчатость идеологических убеждений, раскрываемых в медийном дискурсе или новостном тексте, затрудняет исследование этой темы [2, с. 117].

Идеологии включают когнитивную и социальную идеологии, и эти два типа идеологий могут сходиться или расходиться. Мы утверждаем, что конвергенция или расхождение этих двух типов идеологий зависит от критического мышления, еще одной конструкции, которую мы исследуем в

данном исследовании. Понятие критического мышления может быть прослежено до различных фрагментарных принципов критического дискурсивного анализа (CDA). В то же время это один из ключевых компонентов интерпретации дискурса и текста. Критическое мышление связано с понятием рефлексивности в некоторых классических работах CDA; это может относиться как к общему принципу проведения научных исследований, так и к свойству использования языка, субъективности или практике [3, с. 30].

В рамках всеобъемлющей концепции CDA на протяжении многих лет развивались различные фокусные подходы или школы, включая, но не ограничиваясь ими: критический подход Файрклафа, дискурсивно-исторический подход Водака и социокогнитивный подход ван Дейка (SCA). Подход Файрклафа считается основополагающим и наиболее классическим подходом. Она воспринимает язык как социальный процесс, в ходе которого дискурс производит и интерпретирует текст; однако этот процесс не является случайным или свободным, а социально обусловлен. Подход Фэйрклафа нечасто фокусировался на медиатексте, который затем был расширен и развит Водаком и ван Дейком. В отличие от подхода Файрклафа, подход Водака фокусируется на макроперспективе как национальной идентичности и касается стратегий, которые могут быть адаптированы для достижения конкретных политических и психологических целей. Чтобы по-

нять эту общую картину, подход Водака включает исторический анализ и учитывает социокультурную подоплеку изучаемого текста. Что касается изучения медиатекста, Водак и Буш (2004) проанализировали различные подходы к изучению медиатекста, от составления карты исторического развития в CDA до передовых качественных подходов в критической лингвистике и CDA [4, с. 150].

Мы твердо убеждены, что ни один из упомянутых выше подходов не подходит идеально для всех конструкций, которые будут изучаться в исследовании, но принципы различных подходов работают по-разному, чтобы обосновать результаты исследования. Мы углубились в эти рамки и определили, что подход SCA в рамках CDA может лучше информировать исследование и, таким образом, служить теоретической основой исследования; он работает лучше, чем другие подходы, при выявлении взаимосвязей между языком, познанием, в котором заложено критическое мышление, и идеологиями. Однако мы не придерживались какой-либо конкретной школы или подхода в CDA, а вместо этого включили в наше исследование различные принципы трех разных школ в CDA. [5, с. 99]

Кроме того, мы переосмыслили CDA с точки зрения аудитории или комментатора, а не автора. Наше обоснование заключается в том, что текст, созданный автором или выступающим, может служить дискурсивным и социальным целям. Аудитория или читатель не является инициатором действий или практик; он или она

может быть человеком, который принимает или отвергает эти практики. Поэтому мы утверждаем, что изучение идеологических конструкций и конструкций критического мышления в комментариях к новостям может выявить восприятие аудиторией определенных практик и отношение к ним и даже силу, стоящую за этими практиками.

Лю (Liu, 2019) обобщил отчеты пользователей социальных сетей за первый квартал 2018 года и перечислил 10 лучших программ и приложений для социальных сетей, которые люди использовали в Китае, включая платежные приложения (например, Alipay), торговые платформы и / или приложения (например, Taobao) и другие платформы и / или приложения для развлечения или обычных социальных целей (например, WeChat, Baidu, Sina). Согласно опросу, мы выбрали WeChat (1040 миллионов пользователей), Baidu search (700 миллионов пользователей) и Sina vlog (392 миллиона пользователей) в качестве трех социальных сетей, которые мы использовали для текущего исследования [6, с. 124]

Среди трех крупнейших платформ социальных сетей Baidu News имеет специальную классификацию из 12 новостных колонок, которые включают внутренние дела, международные дела, вооруженные силы, финансы и экономику, развлечения, спорт, интернет, технологии, игры и красоту. Таким образом, после процесса отбора мы удалили и объединили эти колонки в шесть, включая внутренние / международные дела,

финансы, развлечения, спорт, технологии и игры.

### Заключение

В нашем исследовании мы обнаружили появление критического мышления в форме множества разнообразных точек зрения в обзорах новостей, комментариях или ответах. Например, респонденты, отвечающие на новости, смогли интерпретировать новости, основываясь на плюсах и минусах или множественных перспективах; мы связываем этот многоперспективный анализ с их способностью к критическому мышлению. Анализ критического мышления в новостном комментарии стоит выше идеологического анализа; это помогло исследователям оценить, были ли патриотизм респондентов или комментаторов рациональным. Например, в комментарии «мы не должны слишком увлекаться иностранными продуктами, но передовые технологии, содержащиеся в иностранных продуктах, - это то, у чего мы можем поучиться», вместо слепого патриотизма респондент может проявить чувство рационализма в своем ответе: прекращение покупки иностранных продуктов - это то, чему мы можем научиться. вряд ли это равносильно прекращению изучения передовых технологий при проектировании или производстве этих продуктов. Другой пример: «Спорт, как и искусство, не имеет национальных границ, но человек, как китаец, должен твердо стоять на стороне нации, когда в спорте затрагиваются национальные политические вопросы» [7, с. 173].

Как правило, новостные темы различались по своей способности генерировать лексические и синтаксические структуры. Некоторые темы, касающиеся политики, экономики и технологий, заставили комментаторов быть более строгими в своих формулировках, а язык их комментариев был более профессиональным и формальным, чем для других тем из сферы развлечений и спорта. Следующий пример является одним из ответов на новости о разработке Китаем технологии 5G: «Во-первых, это показывает прогресс, достигнутый Китаем в области науки и техники за последние годы, и соответствующая политика эффективна ... во-вторых, ...» Респондент предоставил более подробную информацию и даже перечислил пункты для обсуждения. рассуждения. Комментарии того же типа были опубликованы в новостях на тему «Гигант Carrefour проиграл Китаю...» Примеры ответов включали следующее: «С развитием индустрии розничной торговли товарами в первую очередь необходимо удовлетворять потребности потребителей. Потребитель ценит качество, экономическую эффективность, а затем бренды». В выборочном ответе на интервью также указывался анализ респондентом причин, по которым Carrefour потеряла свою долю рынка в Китае.

С другой стороны, мы обнаружили, что комментарии по развлекательным темам были представлены в более неформальной форме, чем по другим вопросам. Например, когда у некоторых респондентов брали ин-

тервью об их реакции на новости, связанные с одеждой или поведением звезд или знаменитостей, они прямо выражали свое убеждение, что это не их дело или личная проблема звезд

или знаменитостей. Чем ближе тема была к жизни, тем проще был язык с точки зрения формулировок и выражений.

**Конфликт интересов**

Не указан.

**Conflict of Interest**

None declared.

**Рецензия**

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

**Review**

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

**Литература**

1. Желтухина М.Р. Современный медиадискурс и медиакультура воздействия // *Верхневолжский филологический вестник*. 2016. № 4. С. 154-159.
2. Зарипов А.Р. Текстовая трансляция как жанр дискурса спортивных интернет-СМИ (на материале русских, британских и американских спортивных интернет-изданий) // *Теоретические и практические проблемы развития современной науки*. Махачкала: ООО «Апробация», 2015. С. 116-118.
3. Иванова С.В. Политический медиадискурс в фокусе лингвокультурологии // *Политическая лингвистика*. 2008. № 1 (24). С. 29-33.
4. Кастельс М. Власть коммуникации: учеб. пособие / пер. с англ. Н.М. Тылевич. М.: ИД ВШЭ, 2016.
5. Меркулова О.В. Средства массовой информации как политический инструмент формирования общественного мнения в современной России: дис. ... канд. полит. наук. М., 2004.
6. Соловьёв А.И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // *Полис. Политические исследования*. 2004. № 2. С. 124-132.
7. Тертычный А.А. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ // *Научные ведомости*. Сер.: Гуманитарные науки. 2013. № 6 (149). Вып. 17. С. 172-179.

**References**

1. Zheltukhina M.R. Modern media discourse and media culture of impact // *Verkhnevolzhsky Philological Bulletin*. 2016. No. 4. pp. 154-159.
2. Zaripov A.R. Text translation as a genre of discourse of online sports media (based on the material of Russian, British and American online sports publications) // *Theoretical and practical problems of the development of modern science*. Makhachkala: LLC "Approbation", 2015. pp. 116-118.
3. Ivanova S.V. Political media discourse in the focus of linguoculturology // *Political Linguistics*. 2008. No. 1 (24). pp. 29-33.
4. Castels M. *The power of communication: studies. manual / translated from English by N.M. Tylevich*. M.: HSE Publishing House, 2016.
5. Merkulova O.V. *Mass media as a political tool for forming public opinion in modern Russia: dis. ... cand. polit. M.*, 2004.
6. Soloviev A.I. Political discourse of media democracies: problems of the information age // *Polis. Political studies*. 2004. No. 2. pp. 124-132.
7. Tertychny A.A. Features of genre formation in Internet media // *Scientific Vedomosti. Ser.: Humanities*. 2013. No. 6 (149). Issue. 17. pp. 172-179.

**Информация об авторе:**

**Су Синь, Магистр,** Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, [786358465@qq.com](mailto:786358465@qq.com)

**Su Xin, Master,** Lomonosov Moscow State University