

Секція
"ДИСКУРСИВНА ЛІНГВІСТИКА"

**СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ПРИЗНАКИ МЕДИА-ДИСКУРСА
В КОНСТРУИРОВАНИИ МИРОВОЗЗРЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ
КАЗАХСТАНСКОЙ МОЛОДЕЖИ**

Алимова А. А.

*(Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева,
г. Астана, Казахстан)*

Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор Нуртазина М. Б.

Современные СМИ являются информатором и значимым пространством, в котором сталкиваются представители разных групп политиков, бизнеса, идеологов, культуры, которые привлекают на свою сторону молодежную аудиторию. В конечном счете с помощью СМИ как транслятору идеологических установок и ценностей в массовом сознании молодежи активизируется внимание на тех проблемах и вопросах, которые связаны с этничностью, формируются заданные идеологами представления в этой сфере. Именно с помощью масс-медиа искусственно возбуждается национальное самосознание больших масс-людей, у них могут создаваться как позитивные представления в сфере межэтнического взаимодействия, так и негативные; через СМИ распространяются массовые этнические и расовые предубеждения и установки. В результате в обществе может усиливаться ксенофобия и повышаться межэтническая напряженность, которые усиливаются возможностью наблюдаемой тенденции ухода от создания оппозиционности при освещении этнической тематики.

В научной литературе неоднократно обсуждались вопросы того, что следует обращать внимание на активную роль масс-медиа в конструировании и развитии мировоззрения и стереотипов сознания молодежи, что способствует актуализации рассмотрения такой составляющей оппозиции, как этнически "чужой", в аспекте прагматических и когнитивных функций масс-медиа. Вот почему обращение к механизмам речевого воздействия в современном обществе представляется достаточно важным. Известно, что стремление к эффективному речевому воздействию может приобретать разные формы – от агрессивной по отношению к адресату, что выражается в использовании приемов манипуляции, до постулирующей уважительное отношение к окружающему миру, что

находит отражение через выявление и анализ лингвокогнитивных стратегий журналиста в его концептуальной установке в аспекте анализа этнической составляющей оппозиции "свой-чужой", через описание когнитивных стратегий, тактик и интерпретационных ходов, актуальных для описания этнически "чужого" в текстах казахстанской прессы, а также репрезентирующих их разноуровневые языковые средства выражения.

Интерпретационный анализ текстов СМИ показывает, что нарушение баланса между "своим" и "чужим" в ракурсе межэтнических отношений приводит к проявлению этнической нетерпимости, поскольку все "чужое" может вызывать неприятие, где активизируются вопросы сложной природы феномена ксенофобии, в основе которого лежит множество факторов: психологический, физиологический, социально-политический, культурологический (проблема совместимости ценностей), экономический. В противовес культивирование в прессе вопросов толерантности возможно путем реализации тактик и ходов стратегии компликации. В тематике казахстанской прессы значительную долю занимают сообщения, так или иначе касающиеся проблем взаимоотношений этносов, – болезненная реакция этнического большинства на нерегулируемую массовую трудовую миграцию и репатриацию; авторы газетных публикаций тем самым могут усугублять кризисную ситуацию или, наоборот, способствовать ее толерантному осмыслению. Различные речевые стратегии, тактики и ходы моделируют две различные картины мира молодежи. Так, в процессе передачи информации журналисты используют те когнитивные механизмы и языковые средства воздействия, которые позволяют манипулировать массовым сознанием, в частности, приемы "преобразования ситуации", "вариативной интерпретации фактов" приводят к формированию искаженного образа событий, ситуации, действительности. Стремление некоторых журналистов к стереотипизации и тенденциозной концептуализации многообразной информации, поступающей извне, ограничивает возможность молодежи получить из средств СМИ адекватное описание проблемных ситуаций; утрирование некоторых аспектов проблемной ситуации приводят к тому, что многие спорные или неясные моменты обсуждаемого предмета вообще уводятся из поля зрения молодежи. Тем самым человек даже не замечает того, что авторы публикаций, успешно используя арсенал речевых средств воздействия, предлагают

собственное понимание проблемной ситуации. Вот почему переход Казахстана на так называемые индивидуальные медиабренды позволят журналистам работать независимо в плане генерирования контента. Это позволит СМИ стать реальной силой, оказывающей значительное влияние на жизнь общества, на формирование общественного мнения, на сознание современной молодежи и на систему духовных ценностей, на национальную культуру и на речевую практику социума.

Перекладацькі інновації: матеріали IV Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 13–14 березня 2014 р. / редкол.: С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. О. Жулавська та ін. – Суми : Сумський державний університет, 2014. – 172 с.