

**Анализ новостного дискурса как формы воспроизводства и выражения
идеологии**

Кузьмина Наталья Сергеевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: natalia-ksv@yandex.ru

В современном российском обществе укрепилось резко негативное отношение к понятию «идеология». Во много это объяснимо историческим прошлым страны, когда десятилетиями навязывался определенный идеологический вектор, «по грустной иронии современной истории, понятие «идеология» само стало совершенно идеологическим» [2]. В гуманитарной науке выделяют два основных этапа в рассмотрении понятия «идеология». Первый - определяем границами 1960-х годов, когда феномену уделялось колоссальное внимание. Это работы К. Маркса, К. Мангейма, П. Сорокина, Л. Альтюссера, А. Грамши. Второй – после 1960-х годов, когда в научных теориях начинается процесс «деидеологизации», «реидеологизации». Это направление представлено работами Р. Арона, Д. Белла.

В своем исследовании мы предлагаем рассматривать идеологию как совокупность базовых норм и ценностей, которые формируются в обществе, а, главным образом, предоставляют отдельному индивиду вектор развития. Ситуация потери смысла и неопределенности, духовно-нравственного кризиса российского общества, дезинтеграции говорит нам о том, что суть идеологического не исчезает в современном мире, а, напротив, подобное знание является востребованным. «Самая непосредственная причина идеологической активности — утрата ориентиров, неспособность, за отсутствием подходящих моделей, постичь универсум гражданских прав и обязанностей, в котором оказывается индивид» [2] - пишет К. Гирц. Таким образом, основная практическая задача идеологии в современном российском обществе – это социализация индивидов в рамках данной культуры, его самоопределение с учетом цивилизационных особенностей и социокультурных ценностей, что, в свою очередь, составляет основу динамичного развития и процветания.

В своем исследовании мы стремимся дать ответ на вопрос: каковы механизмы осуществления идеологической социализации. Она происходит через дискурс [1]. Таким образом, практическую основу нашей работы, основанную на теоретических разработках в области идеологии, социализации, воздействия СМИ, составляет анализ дискурса новостей. Наша исследовательская гипотеза состоит в том, что новостной дискурс является формой выражения и воспроизводства идеологии. СМИ в необходимом русле формируют ответы на вопросы: «кто мы, кто относится к нам, каковы наши действия, каковы цели этих действий, что ожидают от нас, какие нормы и ценности мы выбираем, к какой группе мы сами себя относим» [6]. Таким образом, дискурс направлен на потребителя информации и формирует не объективную картину, а высвечивает лишь те стороны, которые необходимы в интересах групп влияния. Доктрина информационной безопасности РФ рассматривает как один из видов угроз в информационной сфере манипулирование информацией (дезинформация, сокрытие, искажение информации)» [3].

Степень зависимости индивида от СМИ и медиавоздействия связаны со стабильностью или нестабильностью общества и степенью социальной важности, которая придается масс-медиа как источнику информации [5]. Человек находится в некоем ценностном вакууме, когда старая система ценностей уже разрушена, а новая еще не успела сформироваться, отсутствует четкий вектор развития. М.Л. Де Флер и С. Болл-Рокеш берут за изначальную установку тот факт, что индивид тем сильнее попадает под влияние СМИ, чем более они способны удовлетворить его потребности: «в понимании окружающего социума, в том, чтобы действовать в рамках социума осмысленно и эффективно, потребность в игре, в эстетическом удовольствии, на время освободиться от давления повседневных проблем» [4]. Таким образом, степень воздействия будет тем значительнее, чем больше количество потребностей, которые в данном индивидуальном случае способны удовлетворить СМИ и чем менее стабильно состояние самого общества, к изменяющимся условиям которого приходится приспосабливать индивида. Таким образом, в современном мире СМИ выполняют одну из главных ролей в идеологической социализации, частично заменяя традиционные социальные институты в выполняемых ими функциях.

Идеология направлена на защиту ценностей и норм группы. Следовательно, группа принимает не все идеологические концепты, а лишь те, которые вписываются в ее систему координат. Задача контроля над информацией, сформировать определенное пространство, в котором необходимые ценности и идеи будут приняты массой. Исторически пресса в России не была ориентирована на информирование, не выделялась новостная компонента как ведущая, в первую очередь она пыталась решить социально-политические задачи.

В анализе новостного дискурса (используя дискурсивный анализ Т. Ван Дейка), который произведен на основе социально-экономических изданий (Россия, январь-февраль 2011 года) по основным направлениям, мы выделим группы ценностей, смыслов, идеалов, на которые направлено информационное воздействие, а также механизмы манипулирования общественным сознанием и искажения информации. А также для сравнения и аналитических выводов будем использовать контент-анализ.

Литература

1. Ван Дейк Т.А. К понятию дискурса. - <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>
2. Гирц К. Интерпретация культур. — М.: «Российская политическая энциклопедия», 2004.
3. Доктрина информационной безопасности РФ // Российская газета. - http://www.rg.ru/official/doc/min_and_vedom/min_bezop/doctr.shtm.
4. Тарасов К.А. Насилие в зеркале аудиовизуальной культуры— М.: Белый берег, 2005.
5. De Fleur M.L, Ball-Rokeach S.L. Theories of Mass Communication. — New York, 1989.
6. Van Dijk T.A. Ideological discourse analysis // Journal of Political Ideologies. — №11. — 2006. - <http://www.discourses.org/download/articles>.