

КОГНИТИВНО-КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОДХОД К РАСПОЗНАВАНИЮ СОДЕРЖАТЕЛЬНО-КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ МЕДИАТЕКСТА

Карпилович Т.П.

Минский государственный лингвистический университет, Минск

Рассматриваются вопросы распознавания содержательно-концептуальной информации (основного смысла, посылы) медиатекста на основе когнитивно-коммуникативного подхода. Этот подход учитывает когнитивный принцип выделенности информации «фигура–фон», применяемый к пространству текста как целого, а также к языковым средствам фокусирования внимания адресата в предложении.

Цель статьи – установление композиционных, лексических, грамматических и стилистических признаков медиатекста, маркирующих его содержательно-концептуальную информацию, а также выявление сходств и различий этих признаков в американской и белорусской лингвокультурах.

Материал и методы. *Материалом исследования послужили 200 текстов информационно-аналитических жанров (заметка, информационное сообщение, аналитическая статья) из американских и белорусских газет (на белорусском языке). Для выявления способов языковой реализации содержательно-концептуальной информации в медиатексте использовались методы логико-семантического и контекстуального анализа, трансформационный анализ, методы количественной обработки материала, сопоставительный.*

Результаты и их обсуждение. *Фигуры на пространстве медиатекста – важные в информационном отношении композиционные части: заголовок, подзаголовок, лид и заключительный абзац. Языковыми признаками содержательно-концептуальной информации в этих частях и в основном корпусе медиатекста являются оценочные средства, модальные единицы необходимости и возможности, стилистические ресурсы выдвигания информации.*

Заключение. *Установлены различия в вербализации основного смысла медиатекста в американской и белорусской лингвокультурах: более широкая представленность модальных единиц необходимости в текстах на белорусском языке по сравнению с англоязычными, а также более высокая частотность вербализации посылы текста в заголовке и в заключительной части. Выявленные расхождения можно объяснить стремлением отечественных авторов к четкому структурированию содержания медиатекста, облегчающему распознавание адресатом его главного смысла.*

Ключевые слова: *медиатекст, когнитивно-коммуникативный подход, содержательно-концептуальная информация, посыл, выделенность информации.*

The Cognitive and Communicative Approach in Distinguishing the Content and Concept Information of the Mediatext

T.P. Karpilovich

Issues of distinguishing the content and concept information (main idea, message) of the mediatext on the basis of a cognitive and communicative approach are considered. This approach takes into account the cognitive principle of stressing the information of figure-background which is applied to the space of the text as a whole and to language means of focusing the attention of the addressee in a sentence.

The purpose of the article is establishing composition, lexical, grammatical and stylistic features of the mediatext, which mark its content and concept information, as well as finding out similarities of these signs in Belarusian and American linguistic cultures.

Material and methods. *The research material was 200 texts of information and analytical genres (article, information message and analytical article) from American and Belarusian language newspapers. To find out ways of the language implementation of the content and concept information in the mediatext methods of logical and semantic and concept analysis were used as well as transformation analysis, the method of quantitative processing of the material and the comparative method.*

Findings and their discussion. Figures in the mediatext space are significant, from the point of view of the information, composition parts: the title, the subtitle, the lead and the concluding passage. The language features of the content and concept information in these parts and in the main corpus of the mediatext are evaluation means, modal units of the necessity and possibility, stylistic resources of advancing the information.

Conclusion. Differences in the verbalization of the main idea of the mediatext in American and Belarusian linguistic cultures are established: a wider representation of modal units of the necessity in Belarusian language texts compared to the English language ones, as well as higher frequency of verbalization of the text message in the title and in the conclusion part. The revealed differences can be explained by the desire of Belarusian writers to clear structuring of the content of the mediatext which facilitates the distinguishing by the addressee of the main idea.

Key words: mediatext, cognitive and communicative approach, content and concept information, message, distinguishing the information.