

УДК 81'42

DOI: 10.26140/bgz3-2020-0904-0084

## МИГРАЦИОННЫЙ МЕДИАДИСКУРС: ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДЕФИНИЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

© 2020

SPIN: 2989-7315

ORCID: 0000-0002-9693-5411

**Терюха Николай Геннадьевич**, аспирант кафедры немецкой филологии  
*Южный федеральный университет*

(344002, Россия, Ростов-на-Дону, улица Большая Садовая 33, e-mail: [terjucha@sfedu.ru](mailto:terjucha@sfedu.ru))

**Аннотация.** Проблема определения дефиниции «миграционный медиадискурс» в современной лингвистике оказалась в эпицентре широкого изучения, рассмотрения различными отраслями, отражающих экстралингвистические факторы. К таким факторам относятся политические, социальные, технологические и другие события, которые оказывают влияние на процесс коммуникации и передачи информации. Изучение дискурса, возникшего на стыке различных областей знания, представляет особый интерес. Объясняется это общественной значимостью выделяемого дискурса, который реагирует на происходящие в социуме события - процесс миграции и его освещение в СМИ. Целью статьи является определение понятия «миграционный медиадискурс» как особого вида дискурса, реализующего одну из главных концепций современного немецкого общества – унификация культур и сохранение национальной идентификации, что продиктовано противоречивыми процессами глобализации и миграции. «Миграционный медиадискурс» рассматривается не только как область отражения актуальных проблем социума, но и сфера формирования мировоззрения, способствующего созданию образа мигранта, ин/толерантного отношения к мигрантам в обществе. Представляя информацию в СМИ, медиа-мейкер руководствуется коммуникативным контекстом, включающий цель сообщения, характер, идеологические установки адресата. Для рассмотрения и более глубокого изучения определения «миграционного медиадискурса» в современной лингвистике материалом исследования послужили глоссарии (рекомендации) для немецких журналистов по формированию общественного мнения в связи с миграционной ситуацией в Германии. Единицами исследования являются лексемы, с помощью которых в СМИ реализуются коммуникативные стратегии репрезентации мигрантов в данном дискурсе. В ходе анализа применялись следующие методы исследования: дискурсивный анализ, компонентный анализ.

**Ключевые слова:** дискурс, мигранты, медиадискурс, медиатекст, миграционный медиадискурс, СМИ, медиа-мейкер, Германия.

## MIGRATION MEDIA DISCOURSE: PROBLEMS OF DEFINING DEFINITIONS IN MODERN LINGUISTICS

© 2020

**Teruykha Nikolay Gennadievich**, post-graduate student of the Department German Philology  
*Southern Federal University*

(344002, Russia, Rostov-on-don, street Bolshaya Sadovaya 33, e-mail: [terjucha@sfedu.ru](mailto:terjucha@sfedu.ru))

**Abstract.** In modern linguistics, the study of new discourses focuses not only on different types of discourse, but also on the extralinguistic factors and language tools that these factors reflect. These factors include political, social, technological, and other events that affect the communication and transmission of information. The study of discourses arising at the intersection of various spheres of scientific knowledge is of particular interest. This is explained by the social significance of such types of discourses that, reacting to all significant changes in society, form its opinion. These events include the migration process in modern Europe. The purpose of the article is to define the concept of migration media discourse as a special type that implements one of the main concepts of modern German society – the unification of culture and the preservation of national identity, which is dictated by the contradictory processes of globalization and migration. The migration media discourse is considered not only as an area of reflection of actual problems of society, but also as the formation of a worldview. Migration media discourse contributes to the creation of an image of a migrant and a tolerant attitude towards migrants in society. When presenting information in the media, the media maker is guided by the communicative context, which includes the purpose of the message, the nature, and the ideological attitudes of the recipient. The research material was glossaries / recommendations for German journalists on forming public opinion in connection with the migration situation in Germany. The research units are lexemes that are used to implement communication strategies for representing migrants in the media. During the analysis, the following research methods were used: discursive analysis, component analysis.

**Keywords:** discourse, migrants, media discourse, media text, migration media discourse, media, media maker, Germany.

### ВВЕДЕНИЕ

Современный процесс миграции в мире принимает сегодня особый вектор развития. Если раньше любой мигрант воспринимался как «чужой», сегодня в СМИ активно выделяют различные виды миграции, соответственно мигрантов, имеющих разные основания/цели пребывания в стране: временная – постоянная, внутренняя – внешняя, легальная – нелегальная, вынужденная, трудовая, учебная и другие виды миграций. Глобальными трендами миграции становятся безопасность, здравоохранение и интеграция, которые становятся темами современного миграционного медиадискурса.

Выделение «миграционного медиадискурса» из миграционного и медийного дискурса, связано с современными процессами развития мирового общества: глобализации, интернационализации, развития технологий. С заметной частотой термин «дискурс» стал использоваться и изучаться с XX века в результате поворота языкознания в сторону изучения проблем человека (антропологизм), как потребителя и производителя информации.

Термин «дискурс» изучен многими отечественными (Н.Д. Арутюнова, В.Г. Борботько, В.И. Карасик, А. А. Кибрик, Е. О. Менджерицкая, Г.Г. Почепцов, И.В. Хохлова, Г.М. Яворская и мн. др.) и зарубежными учёными (Т. ван Дейк, Ж.-К. Коке, Ж. Курте, М. Фуко, З. Харрис и мн. др.). В настоящее время появляется необходимость изучения и фиксирования нового общественно-значимого дискурса – «миграционный медиадискурс».

Цель настоящей статьи – обоснование дефиниции «миграционный медиадискурс». В связи с поставленной целью необходимо решить следующие задачи: 1) рассмотреть существующие подходы к определению понятия дискурс; 2) обосновать понятие миграционного медиадискурса; 3) установить основные функции и характеристики миграционного медиадискурса.

### МЕТОДОЛОГИЯ

Современные СМИ – это технологичный цифровой продукт, набирающий большое количество просмотров ежедневно. Популярным и основным каналом взаимодействия на сегодняшний день является телевидение.

передающее актуальные репортажи, новости, дискуссии, шоу и так далее. Немаловажными остаются новостные ленты, располагаемые в поисковой системе, подкасты периодических изданий, осуществляющие трансляцию и обсуждение происходящих событий в мультикультурном немецком обществе различными способами: текст, фото, онлайн видео, трансляции в прямом эфире.

В современной Германии одной из актуальных и острых социальных тем является миграция, которая получает широкое освещение на телевидении [1], в текстах публикационных материалов журналистов [2], в фото-, видеорепортажах фотографов, операторов, создающих графический контент [3], где Германия является не только страной надежд для миллионов беженцев, но и эпицентром интенсивных миграционных процессов.

Согласно исследованиям Института международной журналистики Дортмунда (TU Dortmund) такими публицистическими изданиями Германии как „Die Zeit“, „Süddeutsche Zeitung“ и „Die Frankfurter Allgemeine Zeitung“ опубликовано свыше 1000 статей о мигрантах в период с 2015 по 2019 гг. При этом исследователями фиксируются существенные различия в содержании освещения проблем миграции в разных странах ЕС [4]. Например, в Восточной Европе в СМИ в целом сообщается о миграции меньше и критичнее, чем в Западной Европе. В каждой стране ЕС либеральные СМИ сообщают чаще и позитивнее о процессах миграции, чем консервативные, где миграция и бегство в основном представлены как вопросы «других», а не как дело собственной страны. Это является одной из причин, по которой решение вопросов убежища и иммиграции на европейском уровне не продвигается вперед, так как мигранты и сами беженцы обычно играют лишь „Statistenrolle“ («роль статиста»). Всё вышесказанное требует от представителей медиа более тщательного подхода при освещении вопросов, связанных с мигрантами.

Для отображения мигрантов в СМИ неправительственной ассоциацией Германии „Neue deutsche Medienmacher“ («Новые немецкие медиа-мейкеры») издаётся „Glossar der Neuen deutschen Medienmacher“ («Глоссарий нового немецкого медиа-мейкера») [5]. Главная цель ассоциации дать одинаковое право быть услышанными и показанными во всех формах немецких СМИ (издательства, Интернет, ТВ, радио) разнообразному немецкому обществу. К ассоциации присоединились самые влиятельные общенациональные, региональные, межрегиональные СМИ Германии.

Организация «Новые немецкие медиа-мейкеры» осуществляет свою деятельность с 2008 года. Участники клуба организуют форумы журналистов, где обсуждаются вопросы о том, как представлять мигрантов в немецких СМИ; обучают компетенциям новых участников клуба - молодых журналистов сбалансированному освещению проблем миграции и мигрантов в медийном пространстве Германии. Слоган организации „Neue Medien – neue Perspektiven“ («Новые медиа – новые перспективы») подчеркивает действия по созданию новой культурной среды, в которой необходимо прежде всего формирование новых лексических единиц.

«Глоссарий нового немецкого медиа-мейкера» содержит несколько разделов, задача которых помочь журналисту объективно представить общественности информацию о миграционных событиях и мигрантах. Лексический состав глоссария наглядно демонстрирует, что усилия организации в настоящее время сосредоточены на мигрантах, въезжающих в Германию: к их религии, культуре, социальному статусу, производимым ими действий в стране. Так, глоссарий отвечает на следующие вопросы: зачем необходима помощь журналистам в формулировке тем о миграции? кто такие «мы», кто «остальные»? что такое миграция? как подготовить репортаж о преступности? и ответы на другие вопросы [6].

В ходе сбора и исследования фактического материала в работе использовались: метод компонентного, линг-

вистического анализа значения лексем, обобщающих, систематизирующих и актуализирующих тематическую сферу «миграция». Общенаучные методы лингвистического анализа включали в себя: описание, обобщение, сопоставление.

## РЕЗУЛЬТАТЫ

*Трактовка дефиниции «дискурса»: подходы в гуманитарном знании*

Теория дискурса является направлением лингвистики, которое объединяет в себе как лингвистические, так и смежные подходы к изучению дискурса, среди которых: семиотика, психология, философия, социология, когнитивистика. Не имея однозначного толкования, термин «дискурс» стремится к синтезу определений из различных областей знаний. Термин «дискурс» от латинского „dis-curro“ обозначает «бегать туда-сюда», «разбегаться», «растекаться», «распадаться», «разделяться» [7, с. 1096]. Под термином «дискурс» в самом общем смысле понимается быстрая речемыслительная реакция сознания участников коммуникации [8]. В гуманитарном знании отмечается несколько подходов к понятию «дискурс», которые представим ниже.

В философии термин «дискурс» начал использоваться еще с IV в. до н. э. во времена древнегреческих мыслителей Платона и Аристотеля, обозначая вид речевой коммуникации, содержащий в себе рассуждение, размышление, доводы, аргументы для обсуждения социально важных вопросов. Значение термина и ограничивалось простыми смыслами «суэта, мельтешение, маневр», позже «беседа, речь, разговор, использование языка» и по сей день классическая философия именно так и понимает термин. И. Кант отмечал, что «дискурс» – это речь, речевая конструкция, которая необязательно должна быть словесной [9, с. 5]. В 60-е гг. XX в., французскими постмодернистами, ярким представителем которых является М. Фуко: «дискурс» понимается как специфический образ мышления для каждой конкретной коммуникативной сферы. Человек не может жить вне дискурса: выходя из одного дискурса, он непременно попадает в другой дискурс. Дискурсивное мышление характеризует процесс строго, точно, обоснованно, системно [10].

В социологии, ещё во второй половине прошлого века, дискурс означает образ мышления, идеологию индивида, выраженное вербально, когда сознание «прорывается» в речь. В структурно-семиотических концепциях «дискурс» – это семиотический процесс, который используется в различных видах дискурсивных практик [11, с. 483]. «Дискурс» является специфическим способом, правилом комбинации и трансформации структур значения письменной или устной речевой деятельности [12, с. 27]. «Дискурс» рассматривается и как стиль, сфера определённого мышления, например, «литературный дискурс», «научный дискурс», «идиолект» – индивидуальный стиль писателя.

В лингвистический оборот термин вошёл, благодаря структуралистам, которые стремились решить проблему взаимосвязи речи и ситуации, сверхфразового единства, а не только отдельного слова, фразы, предложения [13]. Введение термина «дискурс» в лингвистику вызвано потребностью обратить внимание на ситуацию и контекст, психологические, социокультурные, экстралингвистические и другие факторы употребления единиц языка [14, 136]. Дискурс является процессом речемыслительной деятельности, где высказывания связаны дискурсивными операциями, а текст является результатом, имеющий письменную фиксацию дискурса или иного произведения речи, превосходящее по объёму предложение, существует в форме монолога, диалога, имеет ситуативно-связанный и ситуативно-свободный статус [15].

В настоящее время учёными предлагается обширная классификация дискурса исходя из содержания, специфики. Схематично самое общее деление выглядит сле-

дующим образом: по *стилям*: персональный/ личностно-ориентированный; бытийный, бытовой/ обиходный; институциональный: политический, дипломатический, административный, юридический, военный, педагогический, рекламный научный, сценический и другие типы [16]. По *жанрам* выделяются беседа, монолог, диалог, рассказ, интервью и другие [17]. По *способам* передачи (каналам) различаются: устный (радиодискурс), письменный (газетный, невербальный, визуальный (кинодискурс, теледискурс) [18]. Одним из активно развивающихся на современном этапе является также и виртуальный дискурс [19, с. 93]. По *прагматическим целям*: инструкции, законы [20].

«Миграционный медиадискурс» является актуальным фрагментом в дискурсе гуманитарных дисциплин: социологии, журналистики, юриспруденции, политологии и так далее. К содержательной наполненности такого дискурса добавляется специфическая сфера его существования – медийное пространство. Так, медийно опосредованный дискурс имеет свои ограничения и возможности функционирования. «Миграционный медиадискурс» имеет различные текстовые образования: главными являются письменные медиатексты, осуществляющие анализ действительности, забегая вперед можно сказать, что воздействие на общественное сознание оказывается более эффективным через устные медиатексты – интерактивное телевидение. Менее значительными оказываются тексты, представленные комментариями, чатами, блогами и прочими жанрами.

Миграционный дискурс и «медиадискурс»

Предлагаемое нами понятие «миграционного медиадискурса» представлено двумя составляющими: «миграционный дискурс» и «медиадискурс», на которых мы далее остановимся. Тип дискурса формируется в основном, исходя из сферы деятельности человека, либо от общественного значимого фактора [21]. В соответствии с приведённым утверждением «миграционный дискурс» представляется собой социальную практику коммуникации агентов, практиков, участников социального события, социальных институтов, представителями которых являются мигранты и коренная нация – люди разных социальных ролей, относящихся к социальному и политическому феномену – миграции. В связи с этим основным участником миграционного дискурса является «мигрант», образ, положение, статус которого модифицируется в историческом, социальном, идеологическом, политическом, экономическом плане. Существование общественного резонанса по теме миграции, которая затрагивает и влияет на сферы деятельности общества и каждого участника в нём, обеспечивает самостоятельность типа «миграционного дискурса».

Исходя из существующих классификаций, «миграционный дискурс» следует рассматривать как институциональный дискурс, так как своей деятельностью и взаимодействием социальных групп порождает специализированную клишированную разновидность общения между людьми, которые не будучи знакомы, общаются в соответствии с нормами данного социума. «Миграционный дискурс» имеет достаточно сложную структуру, состоящую из различных аспектов: лингвистического, политического, социального, культурного, которые представлены разными жанрами: законы, брошюры, беседы, письма, сайты, реализуемые в разных сферах человеческой деятельности: политика, масс-медиа, социальные сети, содержащие различные темы: причины миграции, интеграция, дискриминация, ксенофобия, миграционная политика [22, с. 230].

Значимость иммиграционных вопросов в освещении СМИ влияет и на дискурс. Часто антимиграционным взглядам отдаётся большее предпочтение, а партиям, которые придерживаются таких взглядов, приписывается большая компетентность в вопросах иммиграции (ср. например, политику партии „*Alternative für Deutschland*“ в Германии). Так и миграционный дискурс в первую

очередь проходит через средства массовой информации: «то, что мы знаем о политике, мигрантах, мы узнаем почти исключительно из средств массовой информации» [23]. В связи с этим необходимо рассмотреть другую составляющую «миграционного медиадискурса» – понятие «медиадискурс». Как любой дискурс «медиадискурс» – это прежде всего связанный, вербальный/ невербальный, устный/письменный текст, вместе с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, производимый СМИ, взятый в со-бытийном аспекте.

Сам термин «медиа» многозначен, это и способ передачи, и образованная им среда. Латинское слово „*medium*“ означает «средний», то есть «посредник», через которого совершается коммуникация различных социальных институтов. Публикационное издание в лице журналиста является не менее существенным, чем само передаваемое им сообщение [24]. «Медиадискурс» может быть представлен разными прототипными жанрами: информационными, аналитическими, художественно-публицистическими и периферийными/ маргинальными жанрами: реклама на таблоидах («бульварная пресса»). Между адресантом и адресатом в медиадискурсе существует дистанция: пространственная и/или временная [25, с. 293].

Основные параметры миграционного медиадискурса

Понятие «миграционный медиадискурс» многомерно. Это «миграционный дискурс» и «медиадискурс» как сфера функционирования «миграционного дискурса», также среда лингвистических средств выражения, раскрывающая функциональные особенности «миграционного дискурса». Задача медиа – информировать общественность о фактах или происходящих событиях. От медиа-мейкера требуется разный подход к их освещению – *жанровый* (информационные жанры: краткая новостная заметка, информационная статья; аналитические жанры: комментарий, статья-мнение, аналитическая статья) и *лексический* (лингвистические средства, стилистические приемы, синтаксическое оформление) многообразного изложения: электронные газеты и журналы, гиперссылки, новостные интернет-ленты, где ключевой лексемой является «мигрант». Сама лексема может являться частью других дискурсов, например, «мигранты в политическом дискурсе». Для выделения конкретного типа дискурса выделяют объективный и субъективный подход. Если основанием для выделения типа дискурса служит тема, то это объективный подход, если основанием являются сами участники, то это субъективный подход [26, с. 73]. Основанием для выделения «миграционного медиадискурса» является объективный подход. «Миграционный медиадискурс» это один из типов дискурса СМИ, направленный на создание, трансляцию актуального социально-значимого события в современном мире – миграционный кризис [27, с. 51].

Как объект лингвистики этот дискурс сегодня широко изучается через метафорический анализ, его ключевые концепты: *Мигранты* – Угроза, Война; *Коренная нация* – Европа, Дом; *Культура* – Чуждость, Родство; *Отношение* – Ин/Толерантность [28, с. 190]. Следовательно, его основными параметрами являются: персонаж – мигрант, тема – миграция, хронотоп – СМИ, цель – интеграция, ценность – толерантность, стратегия – монолог-диалог.

ВЫВОДЫ

Миграционные процессы активно развиваются, вместе с тем возникает новый дискурс на основе привычных, традиционных. Под «миграционным медиадискурсом» понимается особый вид дискурса – совокупность процессов и продуктов речевой деятельности: динамический (устный) – репортаж, статический (письменный) – опубликованные медиатексты в сфере массовой коммуникации, в рамках которой формируется особый стиль, специфика, тематика, образ мышления, способ рассуждения репрезентации социально значимых тем



социальным институтом в соответствии с правилами нормами такого общения по вопросам миграции, задача которых с одной стороны является сохранение национальной идентификации, с другой стороны унификации культуры, что свойственно противоречивому процессу глобализации [29]. Целью «миграционного медиадискурса» является стремление обеспечить реализацию прав и свобод «каждого», но не за счёт нарушения тех же прав «других» [30].

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. [Электронный ресурс] URL: <https://www.dw.com/> (Дата обращения: 31.03.2020).
2. [Электронный ресурс] URL: <https://www.zeit.de> (Дата обращения: 31.03.2020).
3. [Электронный ресурс] URL: <https://www.europarl.europa.eu> (Дата обращения: 31.03.2020).
4. [Электронный ресурс] URL: <https://www.tu-dortmund.de/forschung/> (Дата обращения: 31.03.2020).
5. [Электронный ресурс] URL: <https://glossar.neuemedienmacher.de> (Дата обращения: 31.03.2020).
6. [Электронный ресурс] URL: [https://www.neuemedienmacher.de/download/NdM\\_Glossar\\_www.pdf](https://www.neuemedienmacher.de/download/NdM_Glossar_www.pdf) (Дата обращения: 31.03.2020).
7. Дворецкий И.Х. Латинско-Русский словарь. М.: Русский язык, 1976. 1096 С.
8. Кибрик А. А. Дискурсивная таксономия и медийный дискурс // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический проект, 2011. 332 с.
9. Кант И. К вечному миру. Философский проект // Кант И. Собр. соч. в 8 т. Т. – М.: Чоро, 1994. – С. 5–56.
10. Фуко М. Археология знания. – Киев: «Ника-Центр», 1996. – 208 с.
11. Греймас А.Ж., Курте Ж. Семиотика. Объяснительный словарь // Семиотика. – М., 1983, с. 483-550
12. Ж. Коке. Литературная семиотика. Страсбург. 1973. 27-28 С.
13. Harris Z. Discourse analysis // Language. 1952. V. 28. № 1. P. 1–30.
14. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. С. 136-137.
15. Борботько В. Г. Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. 288 с.
16. Карасик, В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. Волгоград: Перемена, 2000. 220 с.
17. Кибрик А. А. Анализ дискурса в когнитивной лингвистике: дис. д-ра филол. наук. М., 2003. 90 с.
18. Поченцов Г. Г. (мл.) Теория коммуникации. К.: 1999. 210 с.
19. Lenets A. Image construction in modern virtual space/ A. Lenets// Journal of International Scientific Publications: Language, Individual & Society. Bulgaria: EOOO Info Invest (Burgas). Volume 10, 2016. pp. 93-98.
20. Яворская Г. М. Прескриптивная лингвистика как дискурс: язык, культура, власть. Киев: ВИПОЛ, 2000. 117 с.
21. Кибрик, А. А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе [Текст] / А. А. Кибрик. – М.: Институт языкознания РАН, 2003. – 90 с.
22. van Dijk, T. A. Discourse and migration [Text] / T. A. van Dijk // Qualitative Research in European Migration Studies / Ed. by R. Zapata-Barrero, E. Yalaz. – Switzerland: Springer Cham, 2018. – Pp. 227–245.
23. Käfer P. Medien und Politik / P. Käfer// Publications: Holzhausen, 2008, 111 p.
24. Viola L., Musolff A. Migration and Media. Juhn Ben Jamins Publishing Company, 2019, 372 p.
25. Желтухина М. Р. Медиадискурс // Дискурс-Пи. 2016. №3-4. – С. 292-296.
26. Карасик, В. И. Интерпретация дискурса: топик, формат, модус [Текст] / В. И. Карасик // Известия Волгоградского педагогического университета. – 2015. – № 1 (96). – С. 73–79.
27. Аванесова А.А., Современный миграционный кризис и пути его преодоления// Этносоциум и межнациональная культура М.: Международное издание «Этносоциум и межнациональная культура – 2016 - №7(97) – С. 50-53
28. Хохлова, И. В. Метафоры в миграционном дискурсе Германии (на примере сообщений о беженцах в период «Арабской весны») [Текст] / И. В. Хохлова // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. – 2014. – Т. 20. – № 1. – С. 185–188.
29. Менджерская Е. О. Когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике и типология медиадискурса // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический проект, 2011. 332 с.
30. Кибрик А. А. Дискурсивная таксономия и медийный дискурс // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический проект, 2011. 332 с.

**Статья публикуется при поддержке гранта  
РФФИ № 18-012-00226**

Статья поступила в редакцию 15.05.2020

Статья принята к публикации 27.11.2020