

UMA ABORDAGEM SISTEMÁTICA DO ESTUDO DA LINGUAGEM DA MÍDIA COM BASE NA LINGUÍSTICA

UN ENFOQUE SISTEMÁTICO DEL ESTUDIO DEL LENGUAJE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN BASADO EN LA LINGÜÍSTICA

A SYSTEMATIC APPROACH TO THE MEDIA LANGUAGE STUDY BASED ON THE MEDIA LINGUISTICS

Liudmyla SUPRUN¹
Tetiana ZHYLA²
Inna DENYSHCHUK³
Irina SEREBRIANSKA⁴
Tetiana KUZMENKO⁵
Svitlana SYNIEHUB⁶

RESUMO: Esta pesquisa visa estabelecer a eficácia da introdução de um conjunto de componentes educacionais da linguística da mídia como uma abordagem sistemática ao estudo da linguagem da mídia; determinar os principais tópicos, parâmetros que determinam o conteúdo e a estrutura dos currículos da educação jornalística; e estabelecer como os candidatos à educação avaliam a introdução da linguística da mídia na educação jornalística. Como resultado da pesquisa, o estabelecimento de componentes educacionais permanentes dada a natureza variável da linguística da mídia, para apresentar a compreensão da linguagem da mídia na educação para a mídia, para determinar a atitude dos candidatos à educação para a linguística da mídia como material didático.

PALAVRAS-CHAVE: Estilística. Linguagem da mídia. Educação.

¹ Universidade Nacional de Engenharia da Água e do Meio Ambiente (NUWEE), Rivne – Rivne Oblast – Ucrânia. Doutora em Ciências da Comunicação Social, Professora, Departamento de Jornalismo de Estudos Ucrânicos. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9427-922X>. E-mail: lvsuprun@ukr.net

² Universidade Pedagógica Estadual Pavlo Tychyna Uman (PTUSPU), Uman – Charkasy Oblast – Ucrânia. Candidata a Filologia, Professor Associado, Departamento de Língua Ucrânica com Métodos de Ensino, Faculdade de Filologia Ucrânica. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2647-6109>. E-mail: tzhila1407@ukr.net

³ Instituto Regional de Educação de Pós-graduação de Rivne (NUWEE), Rivne – Rivne Oblast – Ucrânia. Candidata a Ciências Pedagógicas (PhD), Professora Sênior, Departamento de Pedagogia, Psicologia e Educação Correccional. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8025-9570>. E-mail: inna_shpychak@ukr.net

⁴ Universidade Estadual Nizhyn Mykola Gogol (NMGUSU), Nizhyn – Chernihiv Oblast – Ucrânia. Doutora em Filologia, Professora Associada, Departamento de Linguística Aplicada. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1720-4873>. E-mail: serebryanska@ukr.net

⁵ Universidade Nacional de Linguística de Kyiv (KNLU), Kyiv – Kyiv Oblast – Ucrânia. Candidata a Filologia, Professora sênior, Escola de Estudos de Tradução, Departamento de Filologia e Tradução Alemã. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3712-1335>. E-mail: tanja.kuz08@gmail.com

⁶ Universidade Nacional de Linguística de Kyiv (KNLU), Kyiv – Kyiv Oblast – Ucrânia. Doutora, Professora Associada, Departamento de Filologia Alemã, Faculdade de Tradução. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9971-6193>. E-mail: 211961sinegu@gmail.com

RESUMEN: Esta investigación tiene como objetivo establecer la eficacia de la introducción de un conjunto de componentes educativos de la lingüística de los medios de comunicación como un enfoque sistemático para el estudio del lenguaje de los medios de comunicación; para determinar los temas principales, los parámetros que determinan el contenido y la estructura de los planes de estudio de la enseñanza del periodismo; y para establecer cómo los solicitantes de educación evalúan la introducción de la lingüística de los medios de comunicación en la enseñanza del periodismo. Como resultado de la investigación, el establecimiento de componentes educativos permanentes dada la naturaleza variable de la lingüística de los medios, para presentar la comprensión del lenguaje de los medios en la educación de los medios, para determinar la actitud de los solicitantes de educación a la lingüística de los medios como material de enseñanza.

PALABRAS CLAVE: Estilística. Lenguaje de los medios de comunicación. Educación.

ABSTRACT: This research aims to establish the effectiveness of introducing a set of media linguistics' educational components as a systematic approach to the media language study; to determine the top topics, parameters that determine the content and structure of curricula of journalism education; and to establish how education applicants evaluate the introduction of media linguistics in journalism education. As a result of the research, the establishment of permanent educational components given the variable nature of media linguistics, to present the understanding of media language in media education, to determine the attitude of applicants for education to media linguistics as teaching material.

KEYWORDS: Stylistics. Media language. Education.

Introdução

Na educação universitária moderna, a linguagem da mídia é estudada a partir da posição de considerar sua consistência, seus múltiplos papéis, conteúdos e conexões (BAKIEVA; TESHABAEVA, 2019). Um componente integral e base prática para tais processos é a linguagem da mídia e o modo de pensar, que se correlacionam com a política, a cultura e a sociedade. Ele determina as mudanças constantes em todos os níveis da estrutura da mídia; implica uma busca constante por novas abordagens da linguagem midiática, que devem estar ligadas não apenas às tendências gerais no desenvolvimento da linguística. Mudanças nas mensagens veiculadas pela mídia, transições que têm impacto significativo na política e na sociedade têm impacto direto sobre esta (LOWREY, 2017; PRINCE *et al.*, 2020). Por isso, é importante sistematizar todas as abordagens existentes na linguística da mídia e adaptá-las ao contexto educacional.

A linguagem da mídia foi recentemente apresentada em estudos sob o prisma cultural e social (HARCUP; O'NEILL, 2017). Também abre novos espaços para a

formação de objetivos de pesquisa e aprendizagem prática que contribuam para a formação de profissionais qualificados nas áreas de publicidade e mídia.

A intensidade dos estudos de mídia na estrutura do conhecimento linguístico tem crescido ativamente nos últimos anos; essa direção está se desenvolvendo. O comportamento da fala que existe em termos de comunicação interpessoal também afeta a formação e o curso dos processos de comunicação de massa. O jornalismo e a linguagem da ficção também fornecem a base para o estudo da linguagem publicitária e da mídia e, em certos períodos históricos de desenvolvimento, suas características específicas, configurações lexicais, fonéticas e gramaticais e regras de funcionamento. A linguagem das fontes de notícias publicadas, obras de arte, monumentos escritos, textos publicitários, exposições em museus etc. pode ser usada como material ilustrativo para o estudo da linguística da mídia. Ele também determina uma direção separada da pesquisa linguística.

A pesquisa visa estabelecer a eficácia dos componentes educacionais definir a introdução da linguística da mídia como uma abordagem sistemática para o estudo da linguagem da mídia; determinar os principais tópicos e parâmetros da linguística da mídia no processo educacional; para estabelecer como os candidatos à educação avaliam a introdução da linguística da mídia na educação em jornalismo, envolve a aplicação de várias soluções:

- definir os parâmetros básicos, os tópicos-chave que determinam o estudo sistemático da linguagem da mídia;
- estabelecer blocos temáticos obrigatórios e parâmetros da linguística da mídia no estudo sistêmico da linguagem da mídia;
- identificar vários estágios de introdução das principais posições da linguística da mídia no processo educacional;
- determinar as atitudes dos alunos em relação à introdução de componentes educacionais em linguística da mídia como um componente obrigatório da educação para a mídia.

Revisão da literatura

A análise da literatura voltada para a história, formação e problemas do estudo da linguística da mídia (ABDE, 2020; IVANOVA, 2016; LEONTIEV, 2003) permite afirmar que, no início do século XXI, todas as condições necessárias para a formação e tipologia de todas as teorias estabelecidas e experiências de estudo em uma direção acadêmica completa. Essa direção pode ser representada por uma disciplina separada, e

algumas outras disciplinas associadas a vários subgêneros do jornalismo (BEDNAREK; CAPLE, 2017; FRITZ; MÖLLENBERG; CHEN, 2002) foram formadas.

O volume total de pesquisas em linguagem de mídia e textos publicitários permite formar diversos tópicos-chave, áreas problemáticas de exploração. Estes são, antes de tudo, os alicerces da formação das condições linguísticas, sociais e culturais da mídia (BAXTER, 2021; TESHABAEVA, 2020). O desenvolvimento de novas tecnologias de mídia (manipulativas, tecnologias da Internet), onde um componente importante é o lado verbal, foi investigado na perspectiva de demonstrar a melhoria contínua, o impacto na audiência, o gênero e a especificidade estilística (LIM, 2018). Os estudos de linguagem da Internet são apresentados como um sistema multimídia multinível de níveis onde o texto verbal pode ser percebido a partir da posição de consistência, hipertexto (conexões intertextuais profundas), onde, junto com o sistema verbal e midiático, existe um sistema cognitivo e ideológico. Esse fenômeno é objeto de atenção de pesquisas (BEDNAREK; CAPLE, 2017). A partir dessas posições, a linguagem da mídia é um código universal, um sistema de signos separado e, com sua ajuda, uma certa imagem do mundo é formada na consciência de massa, ditada pelas intenções da mídia.

O desenvolvimento da tecnologia da Internet contribui para o aprimoramento da linguagem da mídia como um impacto informativo e psicológico. A linguagem da Internet é um complexo sistema multimídia de vários níveis. Um texto verbal pode ser apresentado na Internet tanto de forma linear quanto por meio de referências à profundidade dos links intertextuais (hipertexto). Além de suas funções verbais e midiáticas, a linguagem midiática tem uma função conceitual ou cognitivo-ideológica. A linguagem da mídia é o código, o sistema de signos universal por meio do qual a imagem de um mundo é formada na consciência individual e de massa. Os especialistas em psicologia da mídia acreditam que hoje a percepção de uma pessoa do mundo ao seu redor depende, em grande medida, de como esse mundo é apresentado pela mídia.

Nos estudos da comunicação moderna, jornalismo, teoria da comunicação de massa e pedagogia do ensino superior, há uma busca por abordagens para o estudo do campo da indústria da mídia moderna, aspectos da ciência política (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017); inovação na mídia, a arte do debate profissional (BOLMAN, DEAL, 2008); história da linguística de mídia e textos publicitários (IVANOVA, 2016); problemas e métodos de ensino de checagem de fatos com base na análise da linguagem do texto da mídia (AL-RAWI, FAKIDA, 2021); direções modernas do jornalismo

(jornalismo social, jornalismo social) como formatos de novas mídias (HERMIDA, 2012).

Na pedagogia moderna, existe uma hipótese sobre a necessidade da alfabetização midiática como base para uma educação universitária de qualidade (LIM, 2018). São também considerados os principais parâmetros e tecnologias de aprendizagem que determinam a natureza pós-moderna e inovadora do ensino superior moderno na esfera da mídia (COJOCARIU, 2014; DAMEAN, 2006).

Alguns artigos apresentam a teoria do uso de oportunidades da linguística da mídia no processo educacional (TESHABAEVA, 2020). Observa-se também que o volume e o conteúdo da pesquisa acumulada em linguagem midiática nos permitem falar sobre a formação de uma direção distinta no campo moderno do conhecimento humanitário, que possui um caráter interdisciplinar.

Outra área de pesquisa promissora é o desenvolvimento de disciplinas acadêmicas e programas abrangentes em jornalismo e publicidade que levam em consideração a interdisciplinaridade, a perspectiva e a natureza orientada para a prática da linguística da mídia.

Materiais e métodos

A metodologia da pesquisa é baseada em uma abordagem abrangente. Para diagnosticar o quão consistente com o princípio de uma abordagem sistemática para o estudo da linguagem da mídia, a introdução da linguística da mídia no currículo usou o método de experimento pedagógico. Os métodos de problematização, observação, método descritivo, análise e síntese foram utilizados para analisar o material teórico e determinar a avaliação de professores e alunos desta abordagem sistemática.

O estudo das abordagens especiais do estudo sistêmico da linguagem da mídia no território da organização da linguística da mídia para os cursos de formação em publicidade e jornalismo baseia-se nas abordagens integradas, sistêmicas e tecnológicas.

A abordagem integrada nos permite apresentar o estudo sistemático da linguagem da mídia como integração de métodos educacionais e teóricos e sua implementação prática. O uso de diferentes componentes de conteúdo, constantes temáticas e configurações práticas é uma condição necessária para fornecer as informações de aprendizagem necessárias.

A abordagem sistêmica no estudo pressupõe a consideração da linguagem midiática como um sistema de conteúdo, onde a capacidade de evolução constante, a necessidade de experiência docente e alto nível profissional do professor e a necessidade de considerar constantemente as necessidades do aluno, efetivamente formando as habilidades de um especialista qualificado e moderno, são levadas em consideração em primeiro lugar.

A abordagem tecnológica é obrigatória na criação e implementação de novos componentes educacionais, disciplinas, blocos temáticos. Envolve a percepção do processo educacional como uma sequência de tópicos e operações pedagógicas a partir da lógica da educação para a mídia.

A complexidade da metodologia de pesquisa permite analisar os processos de ensino e pesquisa como não lineares e multidirecionais. O experimento foi implementado durante o ano letivo de 2020-2021 para os alunos de dois grupos: G1 (22 pessoas) e G2 (20 pessoas), da Universidade Pedagógica Nacional em homenagem a MP Dragomanov (Ucrânia), Faculdade de Filologia Ucraniana e Criatividade Literária leva o nome de Andriy Malyshko, os alunos da especialidade 061 Jornalismo, 2º ano do primeiro grau (bacharelado) de ensino superior.

Os dados da pesquisa foram coletados durante o ano letivo de 2020-2021 de alunos e professores matriculados no programa de educação em jornalismo. É importante notar que todos os professores que trabalharam com os principais tópicos e parâmetros de natureza linguística-midiática são especialistas altamente qualificados em jornalismo e publicidade; alguns deles têm ampla experiência prática, todos os professores possuem títulos acadêmicos. Todos os professores têm de 6 a 10 anos de experiência no ensino de mídia na área de design gráfico e etnodesign. Todos estavam interessados em reestruturar o currículo com aumento da proporção de estudos de mídia, bem como em continuar a fazer a pesquisa. Todos expressaram o desejo de aprimorar suas competências científicas e pedagógicas. Todos os professores são membros do Sindicato Nacional de Jornalistas da Ucrânia; trabalham constantemente para o aperfeiçoamento profissional, participam de *masterclasses* com jornalistas e publicitários e se dedicam à educação não formal.

O questionário para a pesquisa dos respondentes anônimos e voluntários foi desenvolvido no *Google Forms* (consulte o Material Suplementar A).

Os dados da pesquisa foram coletados e sistematizados em três etapas durante o projeto de pesquisa. Na primeira etapa (fase preparatória), foram realizadas pesquisas

científicas e teóricas, e foi analisada a experiência das universidades nacionais e estrangeiras na implementação de uma abordagem sistemática do aprendizado de línguas na mídia. Os professores envolvidos no experimento foram consultados. A administração e as partes interessadas também foram consultadas sobre o conteúdo e a estrutura do currículo, tendo em consideração os componentes da linguística dos meios de comunicação. A segunda etapa envolveu a formação de um currículo, uma abordagem sistemática dos componentes educacionais, materiais para aulas práticas em linguística da mídia e um plano para a implementação de projetos de mídia na pesquisa no campo da linguística da mídia. Durante essa fase, os professores e a equipe de pesquisa trabalharam para identificar e formar temas da linguística da mídia que foram estudados em aulas teóricas e práticas, trabalharam com os alunos para criar projetos jornalísticos e publicitários que envolvessem o uso ativo das possibilidades científicas e práticas da linguística da mídia. Na terceira etapa (última), os respondentes foram entrevistados sobre sua avaliação da introdução do estudo sistemático da linguagem da mídia no processo educacional, e os resultados foram processados e analisados.

Entre as dificuldades e desvantagens do projeto de pesquisa estão a limitação de tempo (um semestre letivo); não há como determinar as causas das mudanças nas avaliações de alunos e professores. Não há possibilidade de realizar pesquisas qualitativas em profundidade.

Resultados

A abordagem sistemática para aprendizagem de linguagem de mídia envolve a atribuição de tópicos e tarefas práticas de conteúdo linguístico de mídia aos componentes educacionais. A linguística da mídia como uma direção separada da educação no espaço das comunicações sociais requer uma estrutura de conteúdo estável, embora a lista de blocos temáticos e dominantes de conteúdo esteja em constante mudança, permanece aberta. No entanto, no decorrer da implementação do programa proposto, foi determinada a gama de constantes e indicadores do padrão educacional de um campo do conhecimento como a linguística da mídia. Esses são os seis itens (blocos temáticos obrigatórios) que são componentes permanentes da pesquisa em linguística da mídia e dos cursos de treinamento (Figura 1).

A formação de cursos de formação em linguística midiática implicou levar em consideração as posições básicas sobre a determinação do status da linguagem midiática, fundamentos teóricos e metodológicos da publicidade e teoria da linguagem midiática, cobertura da dicotomia linguagem-rádiodifusão e o paradigma básico texto-discurso.

Identificação de maneiras possíveis de classificar a rádiodifusão e a publicidade na mídia, a gama de textos de mídia possíveis, sua contaminação e as formas de desenvolvimento. Descrição dos principais tipos de textos-mídia, suas características, canais de comunicação (mídia impressa, rádio, televisão, mídia internet etc.).

A diferenciação estilística funcional da propaganda e do discurso da mídia requer a apresentação de classificações de textos da mídia devido a diferentes critérios e características, implementação de funções de fala e orientação de intensão.

Figure 1 – Os principais blocos temáticos obrigatórios da abordagem sistemática do estudo da linguagem da mídia

| | |
|-----------------------------------|--|
| Status da linguagem da mídia | <ul style="list-style-type: none">• Linguagem - discurso• Redação - discurso |
| Estilística funcional | <ul style="list-style-type: none">• Classificações de redação da mídia• Diferenciação do discurso médico |
| Tipologia da transmissão de mídia | <ul style="list-style-type: none">• Gênero e sistema estilístico• Gêneros do jornalismo• Gêneros publicitários |
| Análise linguística | <ul style="list-style-type: none">• Nível lexical de análise• Nível sintático de análise• Nível estilístico de análise |
| Análise do discurso | <ul style="list-style-type: none">• Características de produção• Mídia e comunicação publicitária• Práticas de transmissão de mídia |
| Técnicas de manipulação | <ul style="list-style-type: none">• Tecnologia de publicidade persuasiva• Técnicas verbais e não verbais• Componente ideológico no espaço da mídia |

Fonte: Elaborado pelos autores

O aspecto linguístico da análise de textos midiáticos e publicitários pressupõe a capacidade de usar os preceitos de análise de linguagem de textos midiáticos nos níveis lexical, sintático e estilístico da linguagem. A análise do discurso implica orientação na

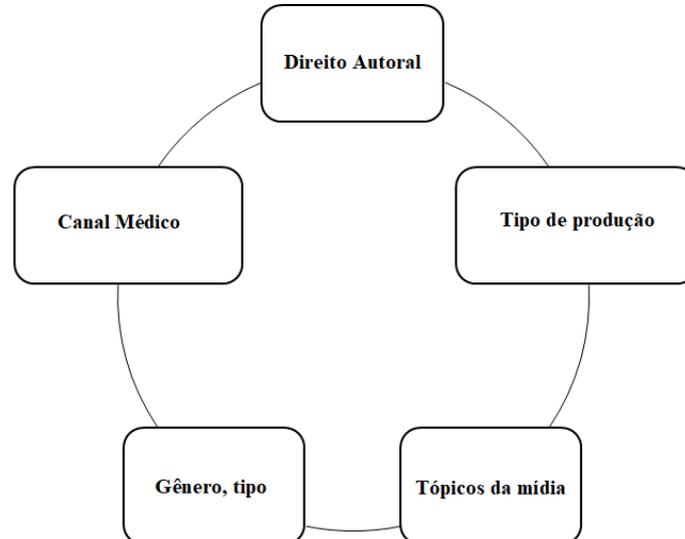
tipologia e nas formas de modelagem dos discursos, práticas discursivas, levando em consideração as realidades de produção, a forma como as mensagens são transmitidas, o contexto social e cultural, os fatores ideológicos e políticos.

O potencial manipulador da mídia está associado principalmente à propaganda e agitação, técnicas de mídia persuasivas em publicidade, gestão da informação e relações públicas, a implementação do componente ideológico.

Um componente importante da linguística da mídia como parte do sistema de estudo da linguagem da mídia é um conjunto de parâmetros projetados especificamente para um estudo completo e sistemático de todos os tipos possíveis de textos da mídia.

O conceito central da linguística da mídia é baseado nos parâmetros de definição do texto-mídia, permitindo descrever e classificar todos os textos que funcionam na mídia e na publicidade no aspecto de suas características de mídia, composição verbal e não verbal, métodos de produção, distribuição. As peculiaridades da formação do complexo de conteúdo do fluxo de informações diárias em função dos parâmetros apresentados (Figura 2).

Figura 2 – Os parâmetros de formação do fluxo de informação (tecnologia do autor)



Fonte: Elaborado pelos autores

A introdução de tópicos e parâmetros obrigatórios para a formação do fluxo de informação baseou-se na experiência de universidades nacionais e estrangeiras adquirida com o estudo. A experiência e os componentes de conteúdo sobre estratégias educacionais, metodologia de apresentação da informação educacional, inovações nas

formas de organização do processo educativo foram tomados como base para a formação dos blocos temáticos obrigatórios (Quadro 1).

Quadro 1 – Experiência das Instituições de Ensino Superior (IES) utilizadas no projeto de pesquisa

| Nome das Instituições de Ensino Superior | Experiência das Instituições de Ensino Superior e seu conceito educacional |
|---|---|
| Centro de Estudos de Mídia (CMS-UKIERI) | A base da educação em jornalismo: trabalhar a pureza da linguagem e as habilidades profissionais. Conhecimento linguístico e habilidades de fala são a base dos cursos de jornalismo. |
| O Centro Knight para o Jornalismo nas Américas da Universidade do Texas em Austin | Introdução de estúdios de jornalismo global, ênfase na educação em jornalismo global. Adoção de um programa de <i>coaching</i> na educação em jornalismo. |
| A Universidade Nacional de Economia de Kharkiv em homenagem a S. Kuznets | Introdução de componentes educacionais ativos da educação linguística e patriótica de alunos no <i>OP Media Communications</i> , a introdução no currículo da disciplina acadêmica “História do Jornalismo” |
| A Universidade de Economia de Kiev leva o nome de B. Hrinchenko | Recorrendo ao princípio da integração multidimensional do conteúdo do ensino de línguas jornalísticas, ao uso ativo das modernas tecnologias de informação e à estratégia de aprendizagem orientada para a prática. |
| Faculdade de Jornalismo e Comunicação de Massa da Universidade de Oklahoma | Aspectos linguísticos do ensino de noções básicas de comunicação corporativa e jornalismo de marca. A política de diversificação dos cursos do currículo de jornalismo. |

Source: Elaborado pelos autores

Em geral, o processo de uma abordagem sistemática da aprendizagem de línguas para a mídia pode ser modelado por meio do estabelecimento de certas etapas no processo de aprendizagem. São cinco etapas, que geralmente são definidas como treinamento teórico, pesquisa sobre o desenvolvimento da indústria, implementação do material da ideia de projetos de mídia e produção publicitária, análise dos resultados obtidos (Quadro 2).

Certamente, em cada uma dessas fases, é necessário aproveitar o potencial de aprendizagem que dá oportunidade de apresentar, assimilar e utilizar na futura atividade profissional os conhecimentos e as competências da linguística dos meios de comunicação.

Quadro 2 – As etapas de introdução das principais posições da linguística da mídia no processo educacional

| Estágio | Conteúdo do Estágio |
|---------------------------------|---|
| Etapa 1: Teórica e metodológica | O estudo do leque de ideias e teorias da linguística da mídia, as principais tendências e direções de desenvolvimento da linguagem midiática. Consideração e análise dos principais estudos teóricos na área da linguística da mídia, rumos de investigação, tendências atuais. |
| Etapa 2: visão | Estudo da história do jornalismo e da publicidade mundial. |

| | |
|--|--|
| retrospectiva da mídia e do desenvolvimento da publicidade a partir da perspectiva da linguística da mídia | Análise e síntese do conhecimento adquirido, formando conceito próprio de criação de texto de mídia, descrição dos principais componentes e condições para a criação de mensagem de mídia de sucesso. |
| Etapa 3: Implementação de projetos de mídia, prática de textos publicitários | Criação de um produto de mídia real, preparação e desenvolvimento de projetos de mídia e publicidade, seus testes usando uma abordagem interdisciplinar, envolvimento de casos práticos na linguística da mídia. |
| Etapa 4: Implementação dos resultados da pesquisa | Introdução de estudos comparativos sobre linguística da mídia que diz respeito a diferentes tradições culturais, visões sociais, contextos ideológicos. |
| Etapa 5: reflexão, conclusões | Capacidade de tirar conclusões, encontrar reações do público, definir propriedades do processo de design, técnicas de manipulação. |

Fonte: Elaborado pelos autores

Na fase final do estudo, todos os respondentes foram inquiridos sobre a sua avaliação dos principais cargos e temas obrigatórios introduzidos nos diversos cursos de formação do Curso 061 de Formação em Jornalismo. O resultado é apresentado em porcentagem (Quadro 3).

Quadro 3 – Os resultados da pesquisa de avaliação do entrevistado sobre a necessidade de introdução de 6 posições sobre linguística da mídia no currículo

| Pergunta | G1 | | G2 | |
|-----------------------------------|-----|-----|-----|-----|
| | sim | Não | sim | Não |
| O status da linguagem da mídia | 53% | 47% | 50% | 50% |
| Estilística funcional | 68% | 42% | 60% | 40% |
| Tipologia da transmissão de mídia | 62% | 48% | 64% | 36% |
| Análise linguística | 43% | 57% | 40% | 60% |
| Análise do discurso | 47% | 53% | 32% | 68% |
| Técnicas de manipulação | 60% | 40% | 62% | 38% |

Fonte: Elaborado pelos autores

Uma pesquisa por questionário foi conduzida com professores que trabalharam durante o estudo do projeto de pesquisa sobre o programa educacional apresentado (ver Quadro 4).

Quadro 4 – Os resultados da pesquisa de avaliação dos entrevistados sobre a necessidade de introdução de 6 itens sobre linguística da mídia no currículo

| Pergunta | Professores | |
|-----------------------------------|-------------|-----|
| | Sim | Não |
| O status do idioma da mídia | 52% | 48% |
| Estilística Funcional | 76% | 24% |
| Tipologia de mídia e radiodifusão | 74% | 26% |
| Análise linguística | 50% | 50% |
| Análise do discurso | 52% | 48% |
| Técnicas manipulativas | 72% | 28% |

Fonte: Elaborado pelos autores

Os tópicos sobre tecnologias de manipulação (alunos 60% [G1] e 62% [G2], professores 72%); a estilística funcional (alunos 68% [G1] e 60% [G2], professores 76%) foram as mais avaliadas positivamente pelos respondentes. Em geral, a importância de usar as atitudes de pesquisa da linguística da mídia e a abordagem sistemática do estudo da linguagem da mídia na educação em jornalismo é vista positivamente, em média, por 65% dos professores e 54% dos alunos.

Os resultados obtidos atestam a presença de compreensão nos círculos educacionais universitários da necessidade de utilizar as bases teórico-metodológicas e os desdobramentos práticos no estudo sistemático da linguagem midiática, que envolve a aplicação de todo o aparato conceitual e dos principais tópicos da linguística da mídia.

Discussão

A perspectiva de usar o potencial educacional da linguística da mídia repousa na necessidade de integrar questões de inovação e conhecimento empreendedor aos currículos de jornalismo e publicidade, sem excluir as características artísticas e os valores da excelência jornalística. Isso é válido tanto para universidades nos Estados Unidos quanto para instituições europeias de ensino superior.

Existem estudos de conceitos de educação em jornalismo que enfocam a educação em jornalismo orientada para a prática, que enfatiza o aprendizado da linguagem da mídia e a tradução desse conhecimento em casos práticos (BEDNAREK; CAPLE, 2017). É uma ênfase em gêneros específicos, grupos de gêneros ou atenção para explorar direções novas e promissoras no jornalismo contemporâneo e no trabalho criativo de publicidade. A atenção do ensino está concentrada no desenvolvimento e formulação de currículos e na incorporação do sistema de disciplinas de publicidade e relações públicas como parte do currículo no paradigma jornalístico. Em nossa opinião, a busca constante por novos componentes curriculares e a formação constante de uma agenda moderna de inovação na educação em jornalismo devem continuar, e a abordagem do estudo da linguagem midiática não é exceção. A comunidade moderna de educação para a mídia cultiva um diálogo transfronteiriço real e promove o desenvolvimento de novos temas, direções, formas e métodos na educação em jornalismo.

As vantagens de implementar uma abordagem sistêmica para a educação em jornalismo são consideradas em diversos artigos (SHAMAKSUDOVA, 2020), onde

uma das principais posições é determinar o sucesso da aplicação do conhecimento no campo da linguística da mídia. Assim, no estudo da introdução dos fundamentos do jornalismo público (IVANOVA; MOSENKIS; STROKAL, 2020; SMEIJERS; BENBOURICHE; GAROFALO, 2020), atividades voluntárias paralelas à aprendizagem de línguas estrangeiras e prática de estágios em mídia estrangeira para resultados positivos em mudar a motivação dos alunos. Com isso, aumentaram os motivos para adquirir habilidades de comunicação profissional e o interesse pessoal pelo trabalho do jornalista voluntário. Há diminuição dos motivos de autoafirmação, indicador de crescimento profissional e interesse pessoal.

A pesquisa também mostrou que o interesse por novas e modernas disciplinas de jornalismo e publicidade é necessário para formar profissionais qualificados na área de publicidade e jornalismo. Em média, 60% dos alunos avaliaram positivamente a introdução dos estudos de linguagem de mídia no processo educacional, especialmente os tópicos orientados para a prática (64%) se mostraram úteis.

Pesquisadores dedicados ao desenvolvimento sistemático da linguística da mídia como uma disciplina acadêmica separada considerada separadamente da linguística da mídia, curso multidisciplinar, incluindo terminologia extraída de outras áreas do conhecimento das ciências humanas (DOBROSKLONSKAYA, 2014; FILONENKO, 2011). Além disso, a composição temática e parte prática deste curso está em formação e requer a aplicação de conhecimentos complexos de sociologia, psicologia e ciências culturais. O problema do funcionamento da linguagem na comunicação de massa precisa ser considerado separadamente. O estudo propõe diversos componentes educacionais que utilizam o aparato terminológico e conceitual da linguística da mídia, levando em consideração seu caráter interdisciplinar e a necessidade de referência à teoria do discurso (análise do discurso); ciência política e psicologia (tecnologias de manipulação); linguística (estilística funcional, o status da linguagem da mídia). Portanto, parece-nos que a introdução de uma disciplina não é suficiente para o estudo sistemático da linguagem da mídia no âmbito da educação em jornalismo e da ciência da publicidade. Existem alguns pontos de vista sobre as maneiras de estudar a linguagem e os textos da mídia. Também depende da educação, abordagens e interpretações da linguística da mídia em pesquisas e processos de estudo. Uma parte muito importante do estudo da linguagem da mídia é a consideração dos textos da mídia, ativamente usados em todos os tipos de mídia, no desenvolvimento da linguagem

em geral. Assim, vemos a necessidade de continuar o estudo dos textos da mídia de diferentes posições e perspectivas.

Conclusão

A pesquisa mostrou que, para uma abordagem sistemática do estudo da linguagem da mídia, é necessário determinar os principais blocos temáticos (obrigatórios) dentro dos componentes e parâmetros educacionais da linguística da mídia: o status da linguagem da mídia; estilística funcional; tipologia de transmissão de mídia; análise linguística; análise do discurso; e técnicas de manipulação. Os principais estágios de introdução das principais posições da linguística da mídia no processo educacional são estabelecidos.

A avaliação dos alunos e professores sobre a abordagem sistemática da aprendizagem de línguas para a mídia envolvendo as capacidades da linguística da mídia foi positiva para 65% dos professores e 54% dos alunos. Os tópicos orientados para a prática dedicados às tecnologias de manipulação (alunos 60%, professores 72%) e noções básicas de estilística funcional (alunos 68%, professores 76%) acabaram por ser mais úteis.

Os resultados indicam a necessidade de introduzir a linguística da mídia nos currículos da educação em jornalismo e nos estudos de publicidade, o que leva ao uso de todo o aparato conceitual e dos principais tópicos da linguística da mídia.

Mais pesquisas são necessárias para encontrar maneiras de desenvolver um sistema de treinamento flexível na educação em jornalismo que possa apresentar sistematicamente os métodos e o conteúdo do estudo da linguagem da mídia, bem como responder prontamente a novas teorias e desenvolvimentos metodológicos na análise de redações da mídia e atividades publicitárias.

REFERÊNCIAS

ABDE, A. **Rebel News**. Global Research Social Media Data.figshare. Dataset. DOI: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.13506669.v2>

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, Pittsburgh, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>

AL-RAWI, A.; FAKIDA, A. The methodological challenges of studying “fake news”. **Journalism Practice**, Milwaukee, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1981147>

BAKIEVA, G.; TESHABAEVA, D. **Text in the media**. Tashkent: Turon-Iqbol, p. 48. 2019.

BAXTER, N. Conclusions: Running, society and identity. *In*: BAXTER, N. **Running, identity and meaning**. Bingley: Emerald Publishing Limited, 2021. (Emerald Studies in Sport and Gender). DOI: <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-366-320210008>

BEDNAREK, M.; CAPLE, H. **The discourse of news values**: How news organizations create newsworthiness. Oxford: Oxford University Press, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190653934.001.0001>

BOLMAN, L.; DEAL, T. **Reframing organizations**: Artistry, choice and leadership. San Francisco: Jossey-Bass, 2008.

COJOCARIU, V.-M. Is there an axiological background favoring the initial training in the didactic career for the primary and preschool didactic career? **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 137, p. 100-104, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.259>

DAMEAN, D. Media and gender: Constructing feminine identities in a postmodern culture. **Journal for the Study of Religions and Ideologies**, Cluj-Napoca, v. 5, n. 14, p. 89-93, 2006. Disponível em: <http://jsri.ro/ojs/index.php/jsri/article/view/360>. Acesso em: 21 dez. 2021.

DOBROSKLONSKAYA, T. G. Media linguistics: Theory and methods of studying language in the media. **Medyalynhvystyka [Media Linguistics]**, Saint Petersburg, n. 2(5), p. 7-16, 2014. Disponível em: <https://medialing.ru/media-linguistics-theory-and-methods-of-studying-language-in-the-media/>. Acesso em: 21 dez. 2021.

FILONENKO, S. **Masova literatura v Ukrayini: dyskurs/gender/zhanr: monohrafiya**. Donets'k: LANDON-KHKHI, 2011. Disponível em: <https://bdpu.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/mon-filonenko2.pdf>. Acesso em: 21 dez. 2021.

FRITZ, W.; MÖLLENBERG, A.; CHEN, G.-M. Measuring Intercultural Sensitivity in Different Cultural Contexts. **Intercultural Communication Studies**, v. 11, n. 2, p. 165-176, 2002. Disponível em: <https://web.uri.edu/iaics/files/12-Wolfgang-Fritz-Antje-Mollenberg.pdf>. Acesso em: 21 dez. 2021.

HARCUP, T.; O'NEILL, D. What is news? News values revisited (again). **Journalism Studies**, Vienna, v. 18, n. 12, p. 1470-1488, 2017. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>

HERMIDA, A. Social journalism: Exploring how social media is shaping journalism. *In*: SIAPER, E.; VEGLIS, A. (eds.). **The Handbook of Global Online Journalism**.

Hoboken: John Wiley & Sons, 2012. p. 309-328. DOI:
<https://doi.org/10.1002/9781118313978.ch17>

IVANOVA, I. B. **Istoriya reklamy: Movnostilistychnyy aspekt**. Kharkiv: Vyd-vo Yurayt, 2016. In Ukrainian.

IVANOVA, I.; MOSENKIS, I.; STROKAL, O. Modern media pedagogy: Ways of forming public journalism in Ukraine. **Asia Life Sciences**, v. 22, n. 2, p. 357-370, 2020.

LEONTIEV, D. **Stanovlenie psihologii dejatel'nosti: Rannie raboty [Formation of Activity Psychology: Early Work]**. Moscow: Smysl, 2003.

LIM, C. Checking how fact-checkers check. **Research & Politics**, Lund, v. 5, n. 3, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/2053168018786848>

LOWREY, W. The emergence and development of news fact-checking sites: Institutional logics and population ecology. **Journalism Studies**, Vienna, v. 18, n. 3, p. 376-394, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1052537>

PRINCE, M.; YAPRAK, A.; CLEVELAND, M.; DAVIES, M. A. P.; JOSIASSEN, A.; NECHTELBERGER, A.; NECHTELBERGER, M.; PALIHAWADANA, D.; RENNER, W.; SUPEKOVA, S. C.; VON WALLPACH, S. The psychology of consumer ethnocentrism and cosmopolitanism: a five-country study of values, moral foundations, gender identities and consumer orientations. **International Marketing Review**, Bingley, v. 37, n. 6, p. 1013-1049. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1108/IMR-05-2019-0142>

SHAMAKSUDOVA, S. K. Medialinguistics: A comprehensive approach to media training. **The American Journal of Social Science and Education Innovations**, Las Vegas, v. 2, n. 10, p. 427-433. 2020. DOI:
<https://doi.org/10.37547/tajssei/Volume02Issue10-69>

SMEIJERS, D.; BENBOURICHE, M.; GAROFALO, C. The association between emotion, social information processing, and aggressive behavior: A systematic review. **European Psychologist**, Berlin, v. 25, n. 2, p. 81-91, 2020. DOI:
<https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000395>

TESHABAEVA, D. M. Press language: text analysis. **ISJ Theoretical & Applied Science**, Philadelphia, v. 12, n. 92, p. 288-291, 2020. DOI:
<https://doi.org/10.15863/TAS.2020.12.92.56>

Como referenciar este artigo

SUPRUN, L.; ZHYLA, T.; DENYSHCHUK, I.; SEREBRIANSKA, I.; KUZMENKO, T.; SYNIEHUB, S. Uma abordagem sistemática do estudo da linguagem da mídia com base na linguística. **Revista Entrelínguas**, Araraquara, v. 7, n. 00, e021114, 2021. e-ISSN: 2447-3529. DOI: <https://doi.org/10.29051/el.v7i00.15953>

Submetido em: 01/09/2021

Revisões requeridas: 10/10/2021

Aprovado em: 30/11/2021

Publicado em: 17/12/2021

Material Suplementar A

Questionário para avaliar a relevância do estudo de linguística da mídia

1. Indique o nível de ensino que você está ensinando (para alunos, os quais você está estudando)

primeiro nível (bacharelado) de educação

segundo (mestrado) nível de educação

terceiro nível (científico-educacional) de educação

2. Indique o nome do programa educacional (especialidade) que você oferece (para alunos, onde você está estudando): _____

3. Sua posição (para funcionários científicos e pedagógicos)

professor

professor livre docente

professor doutor

professor assistente

outros

4. Como você avalia a relevância de introduzir o estudo da linguística da mídia no processo educacional do EP que você está ensinando (para alunos - estudando)

positivo

negativo

sem resposta

5. Avalie a importância do uso da linguística da mídia na educação em jornalismo

razoável

irracional

6. Qual a abordagem para o estudo da linguística da mídia no processo educacional

teórico

orientado para a prática

7. Avalie a relevância dos tópicos sugeridos no estudo da linguística da mídia

7.1. Status da linguagem da mídia

sim

não

sem resposta

7.2 Estilística funcional

sim

não

sem resposta

7.3 Tipologia de transmissão de mídia

sim

não

sem resposta

7.4 Análise linguística

sim

não

sem resposta

7.5 Análise do discurso

sim

não

sem resposta

7.6 Técnicas de manipulação

sim

não

sem resposta