

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка и методики его преподавания

**Лингвокультурные особенности репрезентации категории
«персуазивность» в русском и английском языках
(на материале новостных каналов Россия 24 и CNN)**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 3 курса 301 группы
направления 44.04.01 «Педагогическое образование»,
профиль подготовки «Иностранные языки в контексте современной
культуры»
Факультета иностранных языков и лингводидактики
Шамаевой Алины Сергеевны

Научный руководитель

канд. филол. наук, доцент

должность, уч. степень, уч. звание

Т.А. Спиридонова

дата, подпись

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

канд. пед. наук, доцент

должность, уч. степень, уч. звание

Г.А. Никитина

дата, подпись

инициалы, фамилия

Саратов 2019 год

Введение. Обострение информационного противостояния в современном мире определяет особое значение анализа новостных текстов, которые формируют информационную картину мира, оказывают влияние на индивидуальное восприятие и общественное мнение. На фоне общего увлечения дискурсивным подходом, наряду с термином «массмедийный дискурс», появился термин «новостной дискурс», который используется для обозначения всего корпуса новостных текстов. Новостной дискурс является составной частью массмедийного дискурса и представляет собой совокупность функционирующих в сфере новостного вещания текстов, взятых в единстве всех языковых и экстралингвистических характеристик, связанных с их производством, распространением и восприятием.

Актуальность данного исследования связана с необходимостью изучения категории «персуазивность» с потребностью выявления её специфики в русле новостного дискурса в связи с особой значимостью для процесса коммуникации.

Объектом исследования является категория «персуазивность» в новостном дискурсе.

Предметом исследования являются лингвокультурные способы реализации категории «персуазивность» в новостных выпусках каналов Россия 24 и CNN.

Целью исследования является комплексное рассмотрение и изучение модусной категории «персуазивность», её языковой реализации в русском и американском новостном дискурсах, а также выявление наиболее характерных особенностей ведения новостных выпусков, с помощью которых осуществляется воздействие на аудиторию.

Основные задачи проводимого исследования:

- 1) выявить отличительные признаки категории «персуазивность»;
- 2) определить способы ее реализации в новостном дискурсе;
- 3) проанализировать и выявить использование конкретных языковых и

лингвокультурных особенностей на материале конкретных новостных выпусков каналов Россия 24 и CNN.

В ходе работы были использованы следующие *методы исследования*: дискурсивный анализ, сравнительный и сопоставительный анализы речей ведущих, интерпретация, классификация и обобщение полученных результатов.

Методологической и теоретической базой исследований послужили основные положения работ по исследованию данной категории таких известных учёных как Н.Н. Болдырев, Е.В. Федосеева, Н.И. Большакова, Г.Л. Ковальчук, а также новостного дискурса: Т.Г. Добросклонская, Н.В. Потапова, Ю.А. Юрова и других.

Материалом исследования послужили новостные выпуски каналов Россия 24 и CNN.

Научная новизна работы заключается в анализе лингвокультурных средств категории «персуазивность» на примере новостных телевыпусков, а также выявлении специфичных особенностей реализации данной категории в речи русских и американских журналистов.

Теоретическая значимость заключается в том, что подробный анализ языковых средств категории «персуазивность» вносит определённый вклад в развитие теории медийного дискурса.

Практическая значимость работы заключается в том, что положения и выводы, полученные в результате исследования, могут быть использованы в лекционных и семинарских занятиях по лексикологии, стилистике, лингвокультурологии, журналистике, культуре речи, а также при написании курсовых и дипломных работ.

Апробация исследования проводилась в Саратовском национальном исследовательском государственном университете имени Н. Г. Чернышевского. Основные результаты исследования представлены в следующей *публикации*: Шамаева А.С., Спиридонова Т.А. Лингвокультурные

особенности репрезентации категории «персуазивность» в русском и английском языках (на материале новостных каналов CNN и Россия 24)//Иностранные языки: проблемы преподавания и риски коммуникации. Научные исследования студентов факультета иностранных языков и лингводидактики СГУ имени Н. Г. Чернышевского / под редакцией Р.З.Назаровой, Г.А.Никитиной. Саратов: Изд-во «Саратовский источник», 2018. Вып. 11. С. 205-212. ISBN978-5-91879-839-3.

Структура работы: работа содержит введение, три главы, заключение и список использованных источников.

Во введении формулируется актуальность выбранной проблемы, цель и задачи исследования, а также определяется объект, предмет, материал, теоретическая база и методы исследования, теоретическая и практическая ценность исследования и научная новизна.

В первой главе описываются теоритические подходы к изучению категории «персуазивность» как одна из основных модусных категорий, её связь с другими модусными категориями.

Во второй главе рассматриваются особенности новостного и теленовостного дискурсов, а также стратегии и тактики данных типов дискурсов.

В третьей главе анализируются основные лингвокультурные средства репрезентации категории «персуазивность» в речи ведущих телеканалов Россия 24 и CNN, а также проводится сопоставительный анализ их лингвокультурных особенностей.

В заключении делается общий вывод по исследованию.

Основное содержание выпускной квалификационной работы. Категория «персуазивность» является одним из важных понятий в лингвистике. Данная категория рассматривается как разновидность субъективной модальности, которая предусматривает выражение отношения говорящего к высказыванию. Иными словами, персуазивное воздействие предполагает

достижение желаемой цели через убеждение, уговоры, манипуляцию, учитывая эмоционально-оценочные средства воздействия.

Категория «персуазивность» может взаимодействовать с другими модусными категориями, а также проявляться в различных типах дискурса. Важно отметить, что главными признаками данной категории, объединяющими все типы дискурса являются: убеждение, достоверность/недостоверность высказывания, субъективное отношение к ситуации.

В новостном дискурсе выделяются основные и вспомогательные стратегии, где реализуется категория «персуазивность». Обобщённая информация представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Основные и вспомогательные стратегии и тактики новостного дискурса

Основные стратегии	Вспомогательные стратегии	Тактики вспомогательных стратегий
<i>Текстовости</i> - создание целостного, законченного, связного текста;	<i>диктальная</i> - информирует аудиторию о недавно случившихся происшествиях;	<i>информирование</i> : тактика сообщения; акцентирования внимания; аргументирования; дополнения;
	<i>модальная</i> - воплощает точку зрения коммуникатора;	<i>самопрезентация</i> ;
	<i>регулятивная</i> -манипулирует сознанием аудитории; имеет 2 вида: <i>информирование</i> и <i>манипулирование</i> ;	-выражение эмоциональной составляющей: <i>интимизации</i> ; <i>достоверности</i> ; -положительное отношение: <i>тактика презентации</i> ; -негативное отношение: <i>тактика обвинения</i> ; <i>оскорблен</i> <i>ия</i> .

Таким образом, категория «персуазивность» в новостном дискурсе реализуются через три основные стратегии, которые содержат собственный

набор тактик. Каждая из них имеет языковые особенности, с помощью которых происходит информирование и манипулирование аудиторией.

Для актуализации мыслительных процессов в сознании адресата используются различные языковые средства: морфологические, лексические, синтаксические, стилистические.

Любая информация оказывает то или иное влияние, поэтому при её передаче всегда реализуется воздействующая функция. Таким образом, категория «персуазивность» выступает как средство манипулирования аудиторией. Кроме того, она может рассматриваться как потенциальный прагматический смысл отдельных языковых единиц. Это означает, что существует целый ряд лингвистических явлений — лексического, грамматического и стилистического уровней языка, направленных на реализацию данной категории. Выбор лексики зависит, в первую очередь, от того, какие цели преследует ведущий. Зачастую они являются убеждающими и направлены на создание положительного портрета. Что касается синтаксиса, то в речи новостных ведущих часто встречаются повторы различных уровней, в частности, синтаксический параллелизм.

При анализе новостного дискурса необходимо акцентировать внимание на его стратегиях и тактиках. Диктальная стратегия имеет своей целью информировать зрителей о произошедших событиях, модальная стратегия направлена на выражение авторской позиции, тогда как регулятивная манипулирует сознанием адресата. Каждая стратегия характеризуется своим набором тактик, которые помогают ведущему новостей добиться желаемого результата в новостных выпусках.

Было проанализировано через какие стратегии и тактики категория «персуазивность» реализуется в большей степени в русскоязычном и американском новостном дискурсе, и какие языковые средства характерны для ее реализации в сопоставляемых новостных дискурсах.

Для обобщения представленной выше информации, а именно, анализа частотности употребления той или иной тактики на каждом новостном канале, обратимся к рисунку 2.

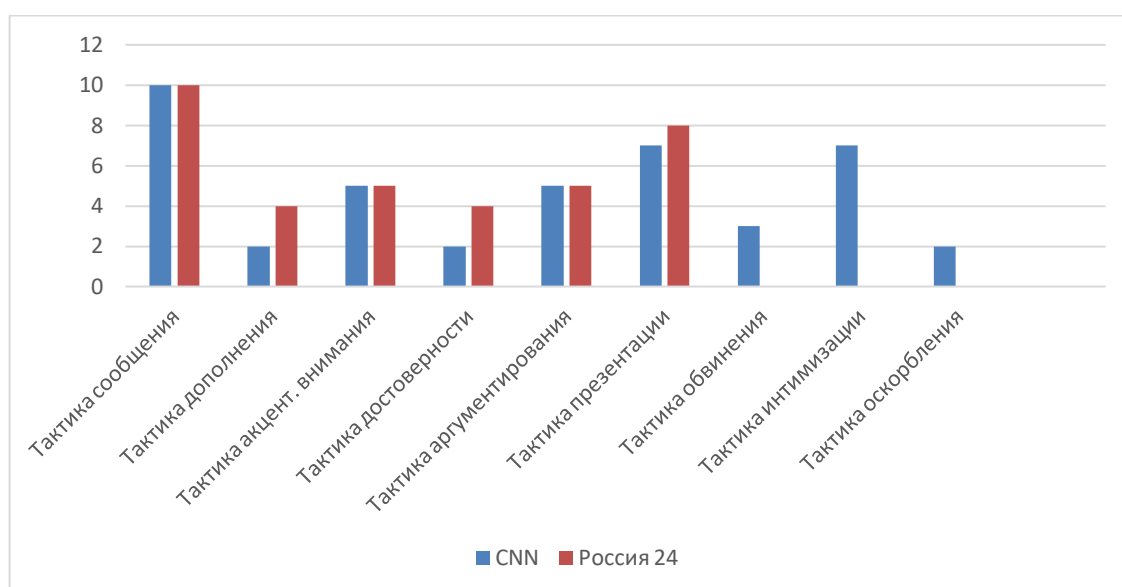


Рисунок 2 - Тактики репрезентации категории "персуазивность" в новостном дискурсе каналов «Россия 24» и «CNN»

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что категория «персуазивность» может реализовываться на новостных каналах разными путями. Что касается российского телеканала «Россия 24», отметим, что для его ведущих характерно применение таких тактик, как: сообщение, презентация, дополнение, аргументирование, достоверность и акцентирование внимания. Большое внимание уделяется тактикам презентации, аргументирования и акцентирования внимания. Отличительной тактикой является тактика дополнения, где ведущий старается раскрыть информацию более подробно для зрителей. Необходимо отметить, что для обоих каналов характерны тактики сообщения, акцентирования внимания и аргументирования.

Ведущие канала CNN в большей степени используют тактики сообщения, презентации, интимизации и акцентирования внимания. Это означает, что главная задача американского телеканала - манипулировать сознанием аудитории, расположить к себе, навязать свою точку зрения.

Отличительными тактиками являются тактики обвинения, оскорбления и интимизации, что доказывает стремление открытого выражения негативного отношения.

Для того чтобы проанализировать, какие языковые средства используются чаще для реализации категории «персуазивность», обратимся к рисунку 3.



Рисунок 3 - Языковые средства репрезентации категории "персуазивность" в речи ведущих канала «Россия 24»

Таким образом, в русском новостном дискурсе в большей степени тактики реализуется через лексические и синтаксические языковые особенности, особенно ярко это можно проследить в тактике сообщения, акцентирования внимания, презентации и достоверности. Особое внимание стоит уделить стилистическим приёмам, которые украшают речь ведущих в тактиках – презентации и акцентирования внимания. Отметим, что тактики самопрезентации, интимизации, оскорбления и обвинения не характерны для российского теледискурса. Дело в том, что российские ведущие не имеют право на оскорбление или обвинение глав государств, для них не характерно выражение своей точки зрения. Новость сообщается в официальном стиле, проявление эмоций не допустимо.

Далее проанализируем языковые особенности в речи ведущих на американском канале «CNN».

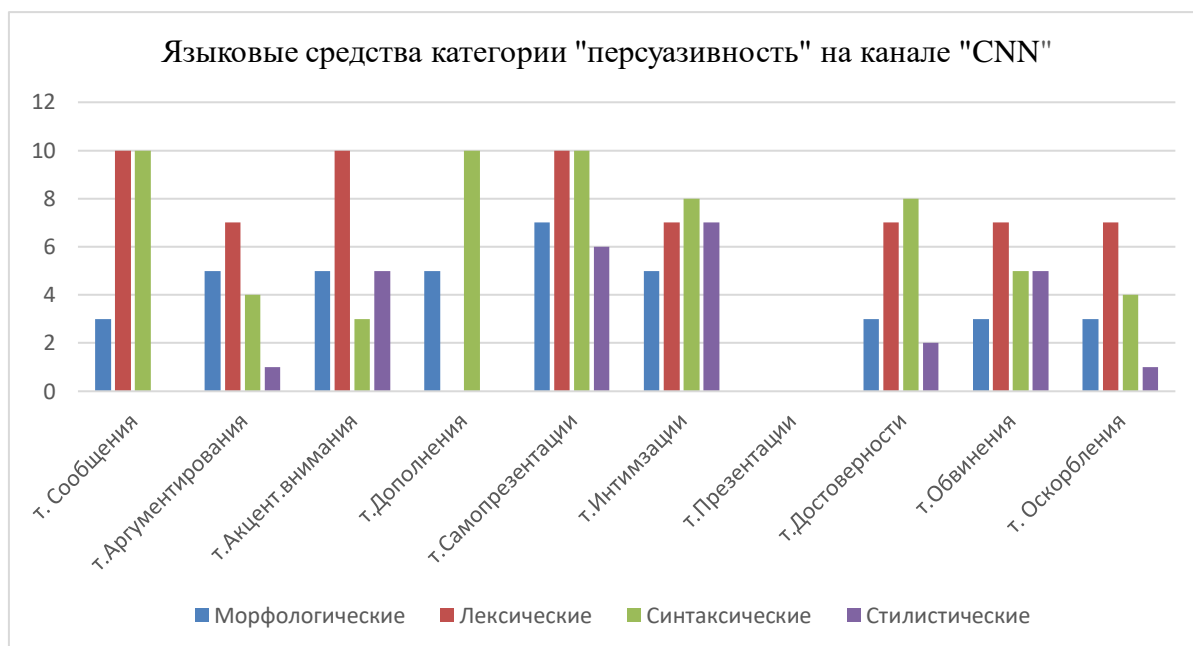


Рисунок 4 - Языковые средства репрезентации категории "персуазивность" в речи ведущих канала «CNN»

Что касается американского новостного дискурса, в нем лексические и синтаксические языковые особенности также находятся в приоритете у таких тактик, как сообщение, акцентирование внимания, самопрезентация, интимизация, достоверность, а также обвинение и оскорбление. Это означает, что манипулирование аудиторией происходит за счёт правильного набора лексических средств, а также верного построения предложения. Зачастую предложения характеризуются парцелляцией, в случае, если ведущий высказывает свою точку зрения. Когда речь ведущих запланирована, построение предложений является сложным, зачастую с подчинительной связью.

Воздействие на аудиторию происходит не только на языковом уровне. Категория «персуазивность» в новостном дискурсе может реализовываться через визуальный и звуковой эффект. Необходимо было проанализировать, каким образом данная категория отражена в лингвокультурной среде в российских и американских новостях.

Для обобщения выше представленной информации представим результаты в таблице 3:

Таблица 3 - Невербальные средства реализации категории «персуазивность» в русском и американском новостном дискурсах

Сравнительная характеристика	CNN	Россия 24
Темп речи	<i>умеренный/ускоренный</i>	<i>умеренный</i>
Высота тона	<i>восходяще-нисходящий/нисходящий</i>	<i>нисходящий/восходяще-нисходящий</i>
Ядерное ударение	<i>существительные, глаголы, числительные, отрицательная частица, указательные местоимения</i>	<i>существительные, глаголы, прилагательные, числительные, указательные местоимения</i>
Паузы	<i>зависят от представления информации. Если ведущий сообщает «breakingnews», то паузы в речи присутствуют.</i>	<i>зависят от представления информации. Если ведущий сообщает «новость прямого включения», то паузы в речи присутствуют.</i>
Жесты	<i>отсутствуют (исключение представляет ведущий с испанскими корнями)</i>	<i>отсутствуют</i>
Способ представления информации на экране	<i>акцент на главной информации, которая представлена заглавным шрифтом</i>	<i>большое количество разноплановой информации</i>
Расположение ведущего на экране	<i>в центре экрана, по грудь</i>	<i>с левой или правой стороны экрана, по пояс</i>

Таким образом, представление новости на канале «Россия 24» характеризуется умеренным темпом, преимущественно нисходящим тоном

для утверждения и перечислении фактов, восходяще-нисходящим тоном, указывающий на взволнованность сообщения. Ядерное ударение ставится преимущественно на существительные, глаголы и числительные. Жесты отсутствуют, хотя зритель визуально видит руки ведущего. Визуальное оформление экрана представляет большое количество информации, которая относится к разным темам.

Ведущие канала «CNN» используют преимущественно восходяще-нисходящий тон, так как их речь характеризуется эмоциональностью и экспрессивностью. Темп речи умеренный, иногда ускоренный для предоставления быстроты сообщения. Ядерное ударение главным образом ставится на существительные, глаголы, числительные, отрицательную частицу «not» для усиления эффекта сообщения. В основном жесты ведущих отсутствуют за исключением некоторых культурных особенностей. Визуальное оформление характеризуется представлением главной информации в виде баннера сообщения. Большой акцент делается на предоставлении новости, на эмоциональности высказывании.

Заключение. В работе рассмотрены лингвокультурные особенности реализации категории «персуазивность» в русскоязычном и американском новостном дискурсе. Данная категория предусматривает выражение отношения говорящего к высказыванию. Кроме этого, персуазивное воздействие предполагает достижение желаемой цели через языковые средства, с учётом эмоционально-оценочных средств воздействия.

Безусловно, язык был и остается основным способом выражения персуазивных значений. Персуазивные модусы позволяют речи ведущих стать более успешной: повышается убедительность аргументов, эффективность воздействия на адресата. Лингвокультурное описание новостного телевизионного дискурса с необходимостью предполагает учет всей совокупности лингвистических и экстралингвистических

составляющих, поскольку именно они определяют композиционную структуру телевизионного сообщения и выбор языковых средств и приемов.

Новостной телевизионный дискурс ориентирован на адресата, и его целью является одновременно информирование о событии и воздействие на аудиторию, что обеспечивает особый характер новостного дискурса. В ходе исследования новостные выпуски были проанализированы с позиции стратегий и тактик новостного дискурса, с позиции его лингвокультурных особенностей.

Исходя из анализа, были сделаны следующие выводы: категория «персуазивность» выражается в новостном дискурсе с помощью определённых тактик и стратегий, которые отличаются в русском и американском дискурсах. Американский новостной дискурс характеризуется проявлением эмоциональности, экспрессивности высказывания, что достигается за счёт использования тактик обвинения, самопрезентации, интимизации, которые, в свою очередь, реализуются за счёт экспрессивной лексики, разговорного стиля, разнообразия стилистических особенностей и синтаксических средств. Речь ведущих характеризуется использованием анафоры, лексического повтора, парцелляции, которые помогают привлечь внимание зрителей и убедить в правоте своих высказываний. Для русского новостного дискурса характерно представление информации в более строгом, официальном виде, что достигается посредством тактик достоверности, сообщения, дополнения. Тактика презентации используется только в случае представления обсуждаемого объекта. Языковые средства категории «персуазивность» в русском новостном дискурсе представлены в большей степени лексическими и синтаксическими. Наибольшее количество стилистических средств представлено в тактике акцентирования внимания и презентации, которые делают речь выразительной и убедительной.

Что касается невербальных средств, отметим, что ведущие обоих каналов редко используют жестикуляцию, большое значение уделяется

темпу речи, ядерному ударению, которые помогают увеличить внимание аудитории к сообщению. Канал «Россия 24» в одном кадре предоставляет большой объем разноплановой информации, которая подаётся на экране в виде сжатого письменного сообщения, тогда как один кадр на канале «CNN» представляет информацию только об одном освещаемом событии.

Таким образом, манипулирование в новостном дискурсе осуществляется за счёт использования разнообразных лингвокультурных средств категории «персуазивность».