

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

**Новостной дискурс: аргументация и убеждение посредством  
комического**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ 301 \_\_\_\_\_ группы

направления

44.04.01 «Педагогическое образование»,  
профиль – Иностранные языки в контексте  
современной культуры

\_\_\_\_\_ факультета иностранных языков и лингводидактики

\_\_\_\_\_ Шерстобитовой Юлии Александровны

Научный руководитель  
доцент кафедры  
английского языка и  
методики его преподавания,  
к.филол.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

С. Е. Тупикова

Зав. кафедрой  
английского языка и  
методики его преподавания,  
к.пед.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Г.А. Никитина

**Введение.** Изучению природы комического посвящено большое количество работ, как зарубежных, так и отечественных авторов. Аристотель, А. Шопенгауер, Г. Гегель, З. Фрейд и ряд других выдающихся философов в своих исследованиях пытались понять сущность человеческого смеха и категории комического в целом. Юмор всегда являлся неотъемлемой частью развития той или иной культуры.

В настоящем исследовании будет рассмотрено проявление комического в новостном дискурсе на материале англоязычных текстов СМИ. Одной из основных целей авторов новостных текстов является воздействие на мнение читателя, формирование у него определённого взгляда на вещи при помощи этого самого текста. Именно поэтому в новостных текстах, используются все основные средства выразительности, в том числе приемы комического.

**Актуальность** исследования обусловлена высокой ролью новостной коммуникации в современном информационном обществе и недостаточной изученностью коммуникативной составляющей комического, в частности комического как средства аргументации и убеждения в тексте. Важным аспектом является изучение комического в новостном дискурсе с точки зрения социокультурного фактора, поскольку комическое является специфической характеристикой для каждой языковой картины мира.

**Объект исследования** – англоязычный новостной дискурс.

**Предмет исследования** – средства аргументации и убеждения посредством комического.

**Цель работы** – рассмотреть особенности аргументации и убеждения посредством комического в новостном дискурсе.

Для достижения цели ставятся следующие **задачи**:

1. Рассмотреть понятие дискурса в лингвистике и его сущность;
2. Рассмотреть особенности англоязычного новостного дискурса;
3. Проанализировать основные типы комического в новостном дискурсе;
4. Провести анализ средств аргументации и убеждения посредством комического в англоязычном новостном дискурсе;

В работе использовались такие *методы исследования*, как классификация, типологизация, генерализация, метод непосредственного наблюдения языкового материала, контекстуальный анализ, сравнительный и сопоставительный методы.

*Методологической и теоретической базой* послужили работы таких выдающихся лингвистов, как Н. Д. Арутюнова, Н. М. Байбатырова, Н. Н. Панченко, М. Нолан, М. Фуко и др.

*Материал исследования:* англоязычные сайты новостей, такие, как <https://www.independent.co.uk/>, <https://www.theguardian.com>, <https://www.thetimes.co.uk/>, <https://mywashingtonpost.com/> и др.

*Научная новизна* данного исследования заключается в том, что в нем доказывается, что обращение к комическому является осознанно применяемой коммуникативной технологией, влияющей на сознание аудитории.

*Теоретическая значимость* исследования состоит в том, что она вносит определенный вклад в переосмысление традиционных подходов к комическому с позиций лингвистики дискурса и когнитивной лингвистики.

*Практическая значимость* исследования заключается в возможности применения результатов работы в переводческой, журналистской, а также в научной сфере. Материалы исследования могут быть использованы при создании учебных пособий, а также при преподавании ряда дисциплин, таких, как практика устной и письменной речи, стилистика, интерпретация текста.

*Апробация исследования* проводилась в Саратовском национальном исследовательском государственном университете им. Н. Г. Чернышевского на факультете иностранных языков и лингводидактики.

Материалы исследования были представлены на Научном круглом столе «Иностранные языки в контексте современной культуры» (17. 05. 2019): «Способы аргументации и убеждения в англоязычном новостном дискурсе». Основные результаты исследования представлены в виде докладов научных статей:

1. VI Международная научная конференция «Социальное неравенство

современности: новая реальность научного осмысления» 13 апреля 2018 г. Тема доклада: «Английский новостной дискурс: аргументация и убеждение посредством комического».

2. XI Всероссийская научно-практическая конференция «Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации» 22 февраля 2019 г. Тема доклада: «Способы аргументации и убеждения в англоязычном новостном дискурсе».

3. IV Международная научно-практическая конференция «Языковые и культурные контакты: лингвистический и лингводидактический аспекты» 14 ноября 2019 г. Тема доклада: «Лексические приемы манипуляции информацией в англоязычном новостном дискурсе».

*Структура работы* определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, теоретической и практической главы, заключения, списка использованных источников и приложений.

**Во введении** обосновывается актуальность работы, формулируются цели и задачи исследования, а также его теоретическое и практическое значение, указываются методы анализа.

**В первой главе** исследуется понятие дискурса, расписывается сущность новостного дискурса, рассматриваются теоретические аспекты комического, его виды и лингвистические особенности.

**Во второй главе** приводится анализ результатов, полученных в ходе обработки англоязычных новостей.

**В заключении** подводятся итоги проведенной работы, формулируются общие выводы исследования, намечаются его дальнейшие перспективы.

**Основное содержание работы.** Теоретическая часть дипломной работы посвящена обобщению теоретического материала, касающегося особенностей новостного дискурса и комического как способа воздействия на сознание аудитории.

Вопросы о происхождении дискурса, подходы к его изучению, а также анализ существующих трактовок данного понятия находят место в работах многих выдающихся лингвистов. Обратимся к некоторым из них.

Согласно А. Горнфельду, термин «дискурс» происходит от латинского «discurrere» — «обсуждение», «переговоры», «перебранка». Он отмечает, что как отдельный термин дискурс стал использоваться лишь в эпоху Возрождения.

А. А. Маркович, в свою очередь, отмечает, что теория дискурса в современном ее понимании начала складываться в отдельную область науки только в 60-е гг. XX века, однако задолго до этого был предпринят ряд попыток дать определение этому явлению с той или иной точки зрения. Дискурс является исконно французским словом, означающим диалогическую речь. К XIX веку этот термин приобрёл ряд других значений, что сделало его полисемичным.

По мнению Н. Д. Арутюновой, для дискурса характерна связность текста в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами. В связи с этим, дискурс не следует отождествлять с древними текстами, поскольку их связь с реальной жизнью невозможно восстановить. Дискурс представляет собой речь, протекающую в реальной жизни, и рассматривается как целенаправленное социальное действие. Иными словами дискурс – это речь, погруженная в жизнь.

Теория дискурса возникла в рамках лингвистики текста и продолжает быть с ней связанной, разделяя понятия «текст» и «дискурс». Например, из определения В. Г. Борботько становится понятно, что дискурс – это текст, состоящий из коммуникативных единиц языка. При этом автор подчеркивает, что текст может не быть связной речью, а, следовательно, может не являться дискурсом. Текст является более общим понятием, нежели дискурс, поэтому дискурс всегда представляет собой текст, но текст не всегда является дискурсом. Дискурс - частный случай текста.

Итак, под дискурсом в данном исследовании понимается связный текст, имеющий своего адресата. Дискурс представляет собой динамический процесс развития мысли. Текст, не имеющий адресата, не может являться дискурсом, поскольку он статичен и абстрактен.

Далее в работе были рассмотрены композиционные особенности

новостного дискурса. Перечислим некоторые из них:

- 1) Вводка – краткая информация о статье, с которой можно ознакомиться непосредственно перед прочтением. Главную роль здесь играет заголовок. Именно он показывает связь между названием и текстом и пробуждает интерес к чтению всей статьи.
- 2) Фон – структурный компонент, содержащий в себе дополнительную информацию, сопровождающую главную новость. Являясь так называемым контекстом, он обеспечивает лучшее понимание новости.
- 3) Главное событие – непосредственно сама новость, представленная в статье.

Отметим, что для новостного дискурса также характерно использование рациональной аргументации. Поскольку аргументация относится к одним из важных средств разумного убеждения, необходимо сделать акцент на том, что доказательством могут считаться лишь те аргументационные процедуры, которые подверглись тщательной проверке. Перечислим следующие черты, характерные для аргументации:

- 1) Основанием для убеждения служат не чувства и эмоции, а доводы разума и логики;
- 2) Реализация идеалов точности, ясности и строгости;
- 3) Преобладание логического характера.

Далее речь пойдет об общей природе комического эффекта в новостном дискурсе. Многие исследователи считают, что основой возникновения комического является противоречие, контраст и несоответствие, ведь информация, которую получает субъект, не совпадает с тем, что он прогнозировал. Например, С. П. Белокурова в словаре литературоведческих терминов, определяет, что комическое – «эстетическая категория, отражающая противоречия действительности и содержащая их критическую оценку. В основе комического – противоречие, несоответствие безобразного и прекрасного и т.п.» В основе комического всегда лежит какое-то несоответствие, нарушение нормы. Как правило, комический эффект рождает такое отклонение, которое дает возникновение добавочного смысла, второго плана, резко контрастирующего с первым. Читатель «заманивается на ложный

путь, а потом маска сбрасывается - в шутке есть исходная точка и вывод, без промежуточных звеньев.

Среди основных видов комического выделяют юмор, иронию, макабрический юмор. Рассмотрим их употребление на примере англоязычных новостных источников.

#### 1) Макабрический юмор

Статья "*Patrick Edlinger: 'The God of free climbing' who became a national hero in France*" является наглядным примером применения макабрического юмора. Данная статья размещена на сайте <https://www.independent.co.uk/>, 03.12.2018 г. Она посвящена Патрику Эдлинджеру, известному французскому скалолазу, умершему в результате падения с лестницы в своем доме. В данном случае макабрический юмор неявственен. Он тонко прослеживается на протяжении статьи. Нелепость ситуации заключается в том, что мало кто ожидал, что подобная трагедия может случиться с человеком, занимавшимся скалолазанием в течение всей жизни. Подобный исход больше вероятен для обычного человека, нежели чем для альпиниста, однако этот случай является неприятным исключением:

*Patrick Edlinger, who has died aged 52 after falling down stairs at his home, was often described as "the God of free-climbing". Overcoming sheer vertical rock faces and horizontal overhangs, often without safety ropes or even shoes, he was widely known in France simply as "le Blond," and among his English-speaking fans as "the blond Adonis".*

Исходя из вышеприведенного фрагмента, можно отметить, что пишущий не стремится очернить память погибшего. Напротив, он относится к нему с уважением. Выдающаяся личность Патрика Эдлинджера подчеркивается за счет использования сравнительного оборота (*was often described as "the God of free-climbing*) и гиперболы (*the blond Adonis*).

*Calling himself a "minimalist climber," he relied on strong fingers and toes, his core muscles, super-flexible legs and fine balance to overcome rock faces most of us see only in our nightmares.*

В данном фрагменте выделим эпитеты *strong*, *super-flexible*, и *fine*. Согласно толковому словарю Longman Dictionary of Contemporary English Online, данные прилагательные трактуются следующим образом: 1) *Strong - having a lot of physical power so that you can lift heavy things, do hard physical work*; 2) *Super-flexible - a person, plan that is flexible can change or be changed easily to suit any new situation*; 3) *Fine - in good health*;

Вышеприведенные дефиниции указывают на то, что автор статьи использовал данные эпитеты для того, чтобы подчеркнуть мастерство и высокий профессионализм спортсмена, однако подобное акцентирование еще больше усиливает осознание нелепости смерти Патрика Эдлинджера. В данной статье автор актуализирует смысл жизни, давая понять, что ничто не вечно. Можно быть великим спортсменом, иметь славу, поклонников, и в одночасье всего этого лишиться. Используя макабрический юмор, автор старается сгладить острые углы и предотвратить появление неприятных эмоций у своих читателей. В данном случае наличие макабрического юмора полностью оправдано.

## 2) Ирония

Ирония реализуется, в частности, в статье под заголовком "*Pair banned from all-you-can-eat restaurant for eating too much*", размещенной на сайте <https://www.telegraph.co.uk/> 2.10.2017 г. Ироничный смысл данной статьи прослеживается уже в самом заголовке. Ресторан со шведским столом (*all-you-can-eat restaurant*), где каждый человек за фиксированную плату в 12 фунтов может есть столько, сколько пожелает, оказался на грани разорения из-за двух любителей поесть. Стоит отметить, что при написании данной новости журналист не придерживался официального стиля, оперируя исключительно разговорным языком: *George Dalmon, a rugby player, and his friend Andy Miles were banned from all-you-can-eat restaurant, Gobi, In Brighton, after the manager branded them "a couple of pigs"*.

В данном абзаце пишущий делает особый акцент на то, что Джордж Далмон, один из главных персонажей данной новости, является спортсменом,

однако он и его друг, по словам хозяина заведения, не кто иные, как «пара свиней» (*"a couple of pigs"*). Таким образом, автор подвергает осмеянию сущность и натуру Джорджа Далмона, тем самым ставя под сомнение его профессиональные навыки в сфере спорта.

Для более яркой передачи ироничного смысла в статье используется авторский неологизм: *The manager, who did not want to be named, said the two friends were eating him out of business.* Авторская фраза *"were eating him out of business"* весьма экспрессивна, так как наглядно передает отчаяние хозяина ресторана, которого, дословно, как будто «выедают» из своего же бизнеса. Степень недовольства владельца несравнимо велика. Она подчеркивается следующей репликой: *According to his words, they just come in and pig out.* Фразовый глагол *"to pig out"* имеет высокую коннотативную окраску, характеризующуюся наличием негативного значения. (to pig out - обжираться).

На протяжении всей статьи прослеживается использование таких зооморфных метафор, как *a couple of pigs, pig out.* Исходя из этого, можно сделать вывод, что, несмотря на ироничность сложившейся ситуации, автор испытывает сочувствие по отношению к владельцу ресторана и некое пренебрежение к его «гостям». Присутствие иронии в новости также подтверждается наличием фотографии, на которой изображены «виновники» данного происшествия. Их позы, выражения лиц дают понять, что владелец ресторана не зря предъявляет претензии в их сторону.

### 3) Юмор

Веселость, которую вызывает юмор, часто лишена практического интереса. Она всегда имеет отношение и к затронутой личности, и к явлению, произошедшему как таковому, что наблюдается в статье *"Berlusconi strikes out"*, взятой с сайта <https://www.economist.com/>, 10.04.2016 г. В данной статье юмор пишущего приобретает характер насмешки, которой ему крайне необходимо с кем-нибудь поделиться. Смех здесь не носит уничтожающего характера, напротив, автор выражает свое доброе отношение с помощью языковой игры при использовании антонимов, создающих особый контраст. В данной новости

описывается ситуация в Италии: Италия преуспевает в потере не только премьер-министров, но и целых правительств, однако министров обычных она почему-то теряет хуже. За счет противопоставления и использования параллельных конструкций текст получает большую выразительность:

*Italy is a country that is good at losing prime ministers, indeed good at losing entire governments, but profoundly bad at losing lesser ministers. Prime ministers are turned out for trivial reasons, usually because someone else is impatient for a turn at the top. Lesser ministers, however, seem to hang on even when scandal, incompetence or policy disagreement suggests they should depart.*

Антонимы активно используются при описании важных объектов мысли, будучи отправными точками для развертывания дискурса: *something serious – a petty dispute; a petty row between an overweening prime minister and the man he dismissively described as a “technocrat”*. Также следует отметить роль метонимии, способствующей созданию юмористической тональности. Благодаря метонимическому переосмыслению «часть-целое», пишущий симпатизирует правительству Италии: *Thus Italy is fully entitled to save money, if it wishes, by refusing to join an expensive scheme for a joint military transport plane; or even to wrestle rudely with the Finns over the siting of an EU food agency .*

Автор так организует языковые знаки, чтобы в наиболее краткой форме, но наиболее доходчиво реализовать свои намерения. Этим объясняется обращение пишущего к языковой игре как выразительному средству, которое непосредственно воздействует на процесс восприятия и понимания текста адресатом, что сказывается на выявлении дополнительных комических смыслов

Рассмотрев основные виды комического и их реализацию на практике, обратим внимание на графические и лексические способы создания комического эффекта. Одним из самых распространенных способов создания комического эффекта является использование принципа наглядности. Всевозможные фото, рисунки и карикатуры, сопровождающие основную информацию, представленную в статье, способны вызвать у читателя как позитивное, так и негативное отношение к предлагаемой им новости.

Подобным комическим примером может послужить статья под названием *“Wills gives the MIDDLE FINGER? Shock pic of Prince appearing to SWEAR”*, опубликованная на сайте [«https://www.dailystar.co.uk/»](https://www.dailystar.co.uk/), 27.04.2017. Данная статья посвящена рождению третьего ребенка Кейт Миддлтон и принца Уильяма. Казалось бы, в данной новости нет никакого комизма: в королевской семье появился еще один малыш. Однако журналисты представили данную новость несколько в ином свете. На фотографии, приведенной в статье, крупным планом изображен принц Уильям, показывающий людям средний палец. Весь комизм данной ситуации заключается в том, что данное поведение крайне неприемлемо для королевской семьи, однако фото говорит об обратном.

Для того, чтобы усилить эффект удивления автор использует следующий подзаголовок: *“A PICTURE of Prince William appearing to stick his middle finger up has left jaws on the floor”*. Поскольку заголовок играет важную роль в привлечении внимания, то в нем автор задает следующий риторический вопрос: *Wills gives the MIDDLE FINGER?* Данный вопрос не требует ответа, он лишь показывает, насколько автор шокирован подобным поведением. Написание слов прописными буквами (*PICTURE, MIDDLE FINGER*) акцентирует всю абсурдность ситуации.

Практически вся новость посвящена неприемлемому жесту, сделанному принцем, однако в самом конце статьи читатель видит вторую фотографию, на которой изображен тот же принц Уильям, показывающий три пальца вместо одного среднего: *“While saying “thrice the worry” he sticked three fingers up to show he now has three children – a gesture clearly seen in pictures taken directly in front of him. But one photographer standing to the side of Wills snapped an image from such an angle it looked like the Prince was swearing”*.

Из приведенного фрагмента становится очевидно, что проблема заключалась в различии ракурсов фото, однако именно это различие и послужило фундаментом для создания новости, заинтересовавшей, по нашему мнению, большую часть аудитории.

Касательно лексических средств создания комического эффекта выделим

следующие из них:

- 1) Омофония: *Don't panic when markets crash — just grin and bare the bear* (не стоит паниковать при падении рынка – просто улыбнитесь и выпустите своего внутреннего медведя))
- 2) Эпитет: *The Washington Post reported earlier this year that in 2005, Trump ignored growing warnings that the housing market was on shaky ground just before launching the mortgage company.*
- 3) Неологизм: «...*The United States has made clear its opposition to Lebanon's Hezbollethargy, and has crystallized its support for Israel's anti-Hezbollah campaign...*»

Лексические средства играют немаловажную роль в новостном дискурсе. Особое место они занимают в новостных заголовках, тем самым привлекая потенциальных читателей. Лексические средства способствуют созданию двойственного и противоречивого отношения к представленной новости. Более полный список лексических средств, используемых СМИ при создании комического эффекта отображен в полном исследовании.

**Заключение.** Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

- 1) Дискурс – сложное и многогранное понятие, которое не стоит путать с текстом. Дискурс включает в себя динамический процесс языковой активности, вписанный в его социальный контекст. Для текста характерна статичность. Если дискурс направлен на адресата, то текст нет.
- 2) Новостной дискурс обладает особой спецификой, как и любая другая разновидность дискурса. К его основным функциям относятся следующие из них: познавательная, культурная, творческая; репрезентативная и др.
- 3) Для англоязычного дискурса характерно использование многозначных слов, омонимов, омофонов, паронимов, звуковых и смысловых ассоциаций. Нередко в англоязычном дискурсе присутствует комический эффект. Многие исследователи считают, что основой возникновения комического является противоречие, контраст и несоответствие. Комическое – эстетическая

категория, отражающая противоречия действительности. Комическое – это нечто смешное, позволяющее автору оригинально выразить свою мысль.

4) Комическое имеет несколько подвидов. На примере англоязычных новостей были рассмотрены такие виды, как юмор, ирония и макабрический юмор. Использование перечисленных видов зависит, прежде всего, от ситуации, от настроения пишущего и от его собственной точки зрения.

Таким образом, в ходе данного исследования были решены поставленные задачи и достигнута поставленная цель, заключающаяся в осуществлении комплексного анализа новостного дискурса и приемов комического с их специфическими особенностями. Перспективы исследования видятся в более подробном изучении англоязычного новостного дискурса и способов влияния на сознание массовой аудитории.

