

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

**ВЕРБАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНФЛИКТА ИНТЕРЕСОВ В
НОВОСТНОМ СПОРТИВНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА

Студента 4 курса 411 группы
направления 44.03.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранный язык»
факультета иностранных языков и лингводидактики
Миронова Александра Сергеевича

Научный руководитель
доцент кафедры английского языка
и методики его преподавания
канд. филол. наук, доцент

дата, подпись

Т.А. Спиридонова

Зав. кафедрой
английского языка
и методики его преподавания
канд. пед. наук, доцент

дата, подпись

Г.А. Никитина

Саратов 2022 год

Введение. *Актуальность* *предпринятого исследования* определяется необходимостью исследовать изменения, происходящие в новостном спортивном медиадискурсе. Любой медиадискурс, и любые конфликты интересов в различных сферах – это динамичные, постоянно развивающиеся явления. По мере того, как развивается общество, у него появляются новые особенности, и это неизбежно отражается на всём остальном, что связано с ним. Что касается конфликта интересов в новостном спортивном медиадискурсе и его вербальной репрезентации, они также претерпели значительные изменения за последние годы, и их исследование является *востребованным* в современной лингвистике. Во многом это связано с событиями, произошедшими на таких крупных недавних спортивных мероприятиях, как Летние Олимпийские Игры в Токио 2020 г. и Зимние Олимпийские игры в Пхёнчхане, а также событиями мирового масштаба, произошедшими вне сферы спорта, но повлиявшими на неё.

Предмет исследования: различные формы вербальной репрезентации актуальных конфликтов интересов в современном новостном спортивном медиадискурсе на русском и английском языках.

Цель исследования: выявить наиболее распространённые способы вербальной репрезентации конфликта интересов в новостном спортивном медиадискурсе.

Гипотеза исследования: новостной спортивный медиадискурс уже долгое время неразрывно связан с различными конфликтами интересов между влиятельными группами, старающимися доказать свою правоту, при этом на данный момент вербальная репрезентация данных конфликтов может иметь различные формы, чаще всего завуалированную, что прослеживается в отображении СМИ спортивных событий.

Задачи исследования:

1. собрать теоретическую базу о релевантных для работы понятиях;
2. определить виды современных конфликтов интересов в новостном спортивном медиадискурсе;

3. провести анализ новостных англоязычных спортивных источников на предмет вербальной репрезентации конфликта интересов в медиадискурсе, сравнить их с русскоязычными аналогами, где это необходимо, сопоставить полученные сведения и сделать соответствующие выводы.

Методы исследования. В соответствии с характером поставленных задач и с учетом специфики проблемы использовались следующие методы исследования: анализ теоретических источников, научное наблюдение, метод сплошной выборки, описательный метод, сравнительный метод, критический дискурс-анализ.

Методологическая и теоретическая база исследования. В основу данного исследования легли научные труды таких авторов, как Т.Г. Добросклонская, Б.А. Зильберт, А.Б. Зильберт, Н.В. Чичерина, М.Р. Желтухина, Е.А. Кожемякин, Е.А. Кротова, Д. Байбер, В.В. Ученова, Н.Г. Нестерова, К.В. Снятков, В.Р. Мангутова, С.Б. Давлетчина, Д.Ф. Томпсон, Е.Л. Вартанова, С.А. Егорова, С.Н. Ильченко, и др.

Материалы исследования. статьи спортивных колонок газет (The Guardian, The Independent) и отдельных спортивных ресурсов (Swimming World, Autosport.com.ru, sports.ru), записи эфиров спортивных каналов (Sky Sports, Eurosport) и официальные заявления спортивных организаций локальных и международных уровней (SMP Racing, G-Drive Racing, IPC, ИОС).

Научная новизна исследования заключается в использовании современного материала исследования, связанного с недавними спортивными и мировыми событиями, а также в описании современных способов отображения конфликтов в СМИ, что позволяет сделать наиболее точные, соответствующие современному этапу развития лингвистики, выводы.

Теоретическая значимость исследования заключается в детальном разборе вербальной репрезентации конфликта интересов, что вносит определенный вклад в лингвистический ракурс рассмотрения данной проблемы.

Практическая значимость. Практическая значимость работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы в курсах «Лексикология», «Стилистика», «Практика устной и письменной речи», «Язык и перевод», «Язык современных СМИ».

Структура исследования: Настоящая работа состоит из введения, двух глав основного текста, заключения, и списка использованных источников. Во введении обоснована актуальность исследуемой проблемы, сформулированы объект и предмет, определена цель, задачи и методы исследования.

В первой главе рассматриваются понятия, классификации и взгляды на такие явления, как *медиадискурс, новостной дискурс, спортивный дискурс, конфликт* для создания теоретической базы данной работы.

Во второй главе исследуются виды присутствующих в новостном спортивном медиадискурсе конфликтов интересов, рассматриваются наиболее авторитетные новостные спортивные издания на предмет выявления форм вербальной репрезентации конфликта интересов. Приводится классификация вербальных средств, используемых для освещения конфликта интересов в новостном спортивном медиадискурсе.

В заключении представлены выводы по проведенному исследованию.

Основное содержание. В первой главе «Теоретические основы рассмотрения проблемы вербальной репрезентации конфликта интересов в новостном спортивном медиадискурсе» были рассмотрены ключевые для исследования понятия.

Выявлено, что медиадискурс, новостной дискурс, и спортивный дискурс могут функционировать самостоятельно, но чаще всего они объединяются как друг с другом, так и с другими разновидностями дискурса. Это обусловлено тем, что они принадлежат к институциональным дискурсам. Для них характерно отсутствие изолированности от других дискурсов. Медиадискурс является наиболее широким из анализируемых видов дискурса, ввиду направленности деятельности средств массовой информации

на максимально широкую аудиторию. Для исследования была принята концепция медиадискурса Т. Г. Добросклонской.

Для выделения типов медиадискурса была принята концепция Е. А. Кожемякина, согласно которой существуют два подхода для данного вида исследования: согласно первому, основой для выделения типов дискурсов является функционирование языка в различных сферах человеческой деятельности, таких, как: наука, образование, политика, средства массовой коммуникации; в этом случае медиадискурс определяется как специфичный тип речемыслительной деятельности, который характерен только лишь для сферы масс-медиа, и соответственно выделяют медиадискурс, политический, религиозный, научный и др. типы дискурса. Согласно второму, медиадискурсом называют любой вид дискурса, реализуемый в сфере массовой коммуникации. В этом понимании исследователи выделяют политический, религиозный и прочие типы медиадискурса.

В связи с изменениями, произошедшими с медиадискурсом в конце XX – начале XXI, были выявлены следующие особенности языковых ресурсов, используемых в нём:

- 1) упрощение содержания в расчете на его восприятие широкой целевой аудиторией;
- 2) структурно-композиционная простота текстов, вызванная тем, что реципиент после одного взгляда должен решить, нужна ли ему та или иная информация;
- 3) трансформация языка коммуникаций, что снижает использование ряда лингвистических норм.

Труды М. Р. Желтухиной позволили выделить следующие признаки медиадискурса:

1. групповая соотнесённость (адресант сообщения разделяет взгляды своей группы);
2. публичность (открытость, ориентированность на массового адресата);

3. диссенсная ориентированность (создание противоречия с последующей дискуссией);

4. инсценированность и массовая направленность (воздействие на несколько групп одновременно)

Медиадискурсу присуща диалогичность, т.к. его главная цель – формирование в сознании адресата особой регулятивной модели мира, в то время как функциональное назначение языковых единиц ориентировано на содержание, которое должно стать достоянием адресата. Понимание содержания сообщения адресатом происходит как погружение содержания медиатекста в социальный опыт каждого из адресатов. Автор медиатекста моделирует условия протекания коммуникации таким образом, чтобы это способствовало сближению с адресатом. Референция напрямую зависит от намерений говорящего и ожиданий слушателя.

Медиадискурс тесно связан с различными технологиями. Высокие технологии стали одной из причин того, что средства массовой коммуникации выступают не столько посредником, сколько организатором и медиатором публичной коммуникации. Они позволяют персонализировать продукцию масс медиа, подсознательно воздействуя на аудиторию, члены которой могут начать считать, что тот или иной смысл, заложенный в медиапродукт, предназначен для понимания исключительно ими. Перед создателями медиапродуктов, которые не только составляют, но и передают сообщения многочисленным реципиентам стоит задача сделать так, чтобы заложенная идея или образ чего-либо (например, рекламируемого товара) был точно рассчитанным, его восприятие должно быть прогнозируемым результатом многоуровневого действия. Это делает продукты массовой коммуникации сильными инструментами воздействия, что подчёркивает значение медиадискурса и массовой коммуникации в целом в общественной жизни. Современные средства массовой информации таким образом размывают философский принцип свободы, что может повлечь за собой негативные последствия.

Единицей медиадискурса является медиатекст. Сущность медиатекста как продукта массовой информационной деятельности и массовой коммуникации заключается в выражении конкретной информации в целях влияния на общественное мнение и убеждение. Основными его характеристиками является логическая законченность высказываний, прагматичная установка и коммуникативное намерение.

Новостной дискурс является совокупностью особых речевых продуктов, создаваемых общностями людей и передающие актуальные сведения разного характера массовой аудитории посредством создания и трансформации уникальных текстов. Типология новостных дискурсов и новостных текстов в частности является достаточно широкой, и существует множество признаков, по которым можно их классифицировать. Наиболее широкой является классификация по каналу распространения, согласно которой существуют новостные дискурсы прессы телевидения, радио, и Интернета. Данные дискурсы имеют дальнейшие классификации внутри себя.

Спортивный дискурс – это совокупность речевых произведений, транслирующая смыслы о спортивной деятельности и зафиксированная где-либо. Он обладает рядом характерных черт, среди которых уже упомянутое отсутствие изолированности от других дискурсов, пресуппозиция (совокупность минимальных знаний о спорте, позволяющей участникам спортивного дискурса участвовать в коммуникативных процессах), и ментальная основа, заключающаяся в совокупности разноуровневых когнитивных структур, делающих возможной экспликацию смыслов речевых произведений о спортивной деятельности с помощью особых языковых средств.

Специфика конфликта интересов состоит в том, что первичные (связаны с главной целью и прямыми обязанностями, устанавливаемыми деятельностью) и вторичные (часто материальные) интересы противоборствующих сторон противоречат друг другу, и при этом

происходит смешение интересов, не позволяющее адекватно разрешить конфликт.

Во второй главе «Анализ конфликтов интересов в новостном спортивном медиадискурсе и их вербальной репрезентации» были определены основные виды конфликтов интересов в современном новостном спортивном медиадискурсе и наиболее распространённые средства их вербализации. В данном виде медиадискурса на данный момент самыми распространёнными являются 2 вида конфликтов интересов:

- конфликты интересов, связанные со спортивными событиями;
- конфликты интересов, возникшие на политической почве;

Было обнаружено, что начиная со скандала с использованием допинга в 2014 году, в англоязычных СМИ проводится активная дискредитация российских спортсменов, которая вербализуется, прежде всего, с помощью различных слов и вербальных средств с негативной коннотацией, например, эпитетов (*the most elaborate doping scheme, extraordinary levels of deception*) и метафор (*their tentacles are everywhere*).

В связи с обострившимися отношениями Российской Федерации с Украиной, спортивный дискурс начал терять свою самостоятельность и начал сливаться с политическим. Российских спортсменов продолжают выставлять в исключительно негативном свете, однако жёсткой критике начали подвергаться и представители российского правительства, и в данном случае конфликт интересов вербализован не только с помощью слов с негативной коннотацией (*brutal, barbaric, ostracized, deception, doing a "Putin"*), но и с помощью лексических единиц, несущих определённую политическую оценку (*war, invasion, annexation* в отношении специальной военной операции на Украине).

Анализ материала новостных спортивных средств массовой информации позволяет классифицировать вербальные средства, используемые для освещения конфликта интересов, на следующие группы: 1. лексика, имеющая скрытую оценку, как чисто эмоциональную, так и

политическую (annexation, invasion, war); 2. эпитеты (barbaric, brutal, horrific); 3. метафоры (their tentacles, another blow to every Ukrainian); 4. повторы (We now witness... We can't let Russia get away...); 5. противопоставления (our reason was... different from their reason); 6. аллюзии (he's crossed the Rubicon); 7. идиоматические и устойчивые выражения (to eat the words, to get way with it).

В проанализированном материале самым распространенным средством стала политически окрашенная лексика. Это связано с тем, что СМИ, особенно связанные с государством, выполняют функцию продвижения определённых идеологий и политических мнений, часто прямо противоположных друг к другу. Соответственно, представителям новостных ресурсов необходимо максимально продвинуть взгляды, выгодные как им, так и их государству, и подавить или полностью игнорировать мнения, им противоположные. Наиболее эффективно эта стратегия реализуется посредством использования особых лексических единиц, посредством которой СМИ воздействуют на аудиторию. Прямое использование слов, имеющих тот или иной политический оттенок позволяет аудитории легче всего понять идеи, продвигаемые в СМИ, поскольку подобные слова более просты для восприятия, чем такие приёмы, как, например, метафоры.

Заключение. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. Вербализация конфликта интересов, связанных со спортивными скандалами, заключается в дискредитации всех лиц, якобы причастных к данным скандалам, посредством использования широкого спектра лексики и лингвистических средств с негативной коннотацией (эпитеты, метафоры, противопоставления)

2. Вербализация и любое освещение политической ситуации в мире в современном новостном спортивном медиадискурсе происходит с помощью средств, схожих с вербализацией конфликта интересов, возникших на

спортивной почве. Кроме того, представители СМИ открыто и косвенно высказывают свои точки зрения и политические идеологии, и это стало отчётливо заметно при сравнении англоязычных источников с русскоязычными.

3. По тем или иным причинам, конфликт интересов присутствует в современном новостном спортивном медиадискурсе и поддерживается представителями различных СМИ, которые пренебрегают первичным дискурсивным интересом объективного донесения информации в угоду вторичному, дискредитации стороны противника, продвижения той или иной политической позиции. На это в большей мере повлияла обострившаяся в 2020-е годы политическая обстановка в мире. Спортивный дискурс, как и спорт в целом, подвергся политизации, и теперь в какой-то мере является политическим рычагом, позволяющим влиять на мировые события.