

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

**ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ В НОВОСТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ КАК
СПОСОБ ПЕРЕДАЧИ ОЦЕНКИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ
МЕДИА-ИСТОЧНИКОВ)**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ МАГИСТЕРСКОЙ
РАБОТЫ

Студентки 2 курса 291 группы
направления 44.04.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранные языки в контексте современной культуры»
факультета иностранных языков и лингводидактики

Недогорской Юлии Сергеевны

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,
к. пед. н., доцент

дата, подпись

Г.А.Никитина

Саратов 2022

Введение. *Актуальность* предпринятого исследования определяется востребованностью изучения различных видов и способов передачи оценки в дискурсе. Особенно актуально данная проблема стоит для развития проблематики медиадискурса в связи с его огромным оценочным потенциалом, призванным оказывать влияние на формирование социальных аксиологических координат. Интертекстуальность, как один из видов оценочности, является очень важным и в то же время недостаточно изученным способом выражения оценочного суждения.

Объект исследования – новостной медиадискурс.

Предмет исследования – средства создания интертекстуальности, используемые для передачи оценки в новостном медиадискурсе.

Цель исследования - выявление особенностей передачи оценки с помощью интертекстуальности в новостном медиадискурсе.

Гипотеза – интертекстуальность как составляющая категории оценки является эффективным способом воздействия на аудиторию в современном новостном медиадискурсе.

Для достижения цели требуется выполнить следующие *задачи*:

1. рассмотреть интертекстуальность в контексте новостного медиадискурса и основные подходы к ее изучению;
2. изучить основные средства передачи интертекстуальности;
3. выявить особенности новостного медиадискурса;
4. рассмотреть понятие медиатекста как единицы медиадискурса;
5. исследовать англоязычные медиа-источники на предмет наличия средств интертекстуальности для передачи оценки;
6. рассмотреть основные виды оценки, присутствующие в новостных медиатекстах;
7. определить оценочный потенциал интертекстуальных включений в новостном медиадискурсе.
8. проанализировать частотность употребления интертекстуальных маркеров в медиатекстах.

Методы исследования. В соответствии с поставленными задачами и спецификой проблемы предпринятого исследования были использованы следующие методы: анализ и обобщение, метод сплошной выборки, описательный метод, приемы и методы дискурс-анализа (контекстуальный анализ, интен-анализ).

Методологическая и теоретическая база исследования. Основой настоящего исследования послужили научные труды последних лет, посвященные изучению дискурса (В. И. Карасик, М. Стаббс, П. Серио, И. Н. Горелов, К. Ф. Седов, Д. Шиффрин и др.) Изучение средств создания интертекстуальности в рамках новостного медиадискурса представлено в работах Ю. Кристевой, Т. А. ван Дейка, А. А. Кибрика, Т. А. Спиридоновой, М. А. Захаровой и др. Особенности интертекстуальности в качестве средства передачи оценки в новостных медиатекстах отмечается в исследованиях Ю. П. Волынец, Л. Ю. Щипициной, Н. Г. Комиссаровой, Д. Р. Якуповой, Т. А. Спиридоновой, Е. Б. Тяжиной и др.

Материалом исследования послужили тексты новостных сообщений, представленных в англоязычных медиа-источниках Cable News Network (CNN), The New York Times, The Guardian, The Independent за период с сентября 2021 г. по апрель 2022 г.

Научная новизна данного исследования определяется новизной исследуемого материала и содержит анализ современных текстов новостных сообщений, представленных в англоязычных медиа-изданиях, с целью выявления в них интертекстуальных включений, направленных на передачу оценки в новостных медиатекстах, что способствует обновлению теоретической базы об особенностях использования средств создания интертекстуальности в новостном медиадискурсе и описанию актуальных классификаций интертекстуальных маркеров в медиатекстах.

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении теоретической базы предмета исследования: систематизации основных особенностей новостного медиадискурса, анализе классификаций средств

создания интертекстуальности в новостных медиатекстах, определении основных типов оценки, которая передается в медиадискурсе с помощью интертекстуальных включений.

Практическая значимость настоящей работы состоит в том, что результаты проведенного исследования могут быть использованы в рамках таких дисциплин как «Лингвистика», «Стилистика», «Современные проблемы науки» и «Интерпретация текста», «Язык современных СМИ», «Практика устной и письменной речи».

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, определены цель, задачи и методы исследования.

В первой главе рассматриваются теоретические основы исследования интертекстуальности: подходы к изучению дискурса, особенности медиадискурса, новостной медиадискурса, характеристика медиатекста как элемента медиадискурса, подходы к изучению интертекстуальности, а также оценка и способы ее выражения в новостных медиатекстах.

Во второй главе анализируются средства передачи интертекстуальности, использующиеся в новостных медиатекстах из англоязычных медиа-источниках. Также приводится анализ наиболее частотных интертекстуальных включений, направленных на передачу оценки в новостном медиадискурсе.

В заключении подводятся итоги проведенной работы, формулируются выводы по проведенному исследованию.

Основное содержание. В первой главе «Теоретические основы исследования оценки в новостном медиадискурсе» определены основные подходы к изучению медиадискурса и интертекстуальности, а также особенности передачи оценки в новостных медиатекстах с помощью интертекстуальных средств.

В результате анализа теоретических источников было выявлено

следующее. Дискурс изучается в рамках лингвистики, социолингвистики, психологии, философии и многих других.

В научных трудах обозначено большое количество видов дискурса. Данное исследование направлено на изучение медиадискурса также известного, как массово-коммуникативный дискурс или массмедиаальный дискурс. В пространстве медиадискурса проявляется особый интерес к изучению функций новостного текста. Новости направлены на реализацию медиативности. Согласно утверждениям ученых любой материал, представленный в СМИ, может быть отнесен к пространству медиадискурса.

Единицей медиадискурса, по мнению исследователей, является медиатекст, представляющий собой информационное сообщение, которое может излагаться в любом виде и жанре медиа.

В настоящее время наблюдается тенденция к использованию журналистами в современных медиатекстах включений из чужих текстов и их применению в собственных произведениях. Данный феномен Ю. Кристева определяет с помощью термина «интертекстуальность». Новостной медиадискурс неразрывно связан с явлением интертекстуальности, способствующим взаимодействию одного текста с другими.

На сегодняшний день существует множество классификаций интертекстуальных включений. В рамках данного исследования рассматривается классификация М.А. Захаровой, которая включает следующие средства передачи интертекстуальности: заглавия (отсылки к другому тексту); цитаты; аллюзии; реминисценции; пересказ чужого текста; пародирование другого текста; «точечные цитаты» (имена реальных личностей или мифологических героев). Благодаря использованию интертекстуальных маркеров новостные медиатексты приобретают выразительность и континуальность.

Современные лингвисты к основным признакам медиатекстов относят интертекстуальность и диалогичность. В текстах СМИ широкое применение находят различные лингвистические средства, а также категория оценочности.

По мнению исследователей одной из характеристик новостных текстов является наличие логической оценки, представленной размышлениями автора в виде оценочных суждений автора о событии.

В настоящее время особую роль в медиатекстах играет использование оценки. Обращение к оценочным суждениям способствует выражению мнения об актуальных событиях, привлечению внимания к важным проблемам, вызову эмоций у реципиента, в отдельных случаях оказание воздействия. Все вышеперечисленное является причиной проявления особого интереса к изучению функционирования оценки в новостном медиадискурсе.

В современном мире СМИ являются инструментом воздействия на общественное сознание при помощи языкового манипулирования. Важная роль в языковом манипулировании принадлежит оценочной лексике, так как знак оценки призван оказывать на адресата и эмоциональное, и рациональное воздействие.

Исследователи подчеркивают значимость феномена интертекстуальности в медиадискурсе как средства передачи оценки. Интертекстуальность, которая выражается с помощью цитации, создается именно ради оценочности. Таким образом, воздействие на адресата оказывается посредством оценочного характера цитаты. Также оценку в качестве интертекстуального маркера, помимо цитат, могут передавать «точечные цитаты».

Аллюзия, являясь сложным лингвокогнитивным механизмом, рассматривается в качестве интертекстуального средства, которое выполняет ряд функций в политическом медиадискурсе: информативная, эмоционально-экспрессивная, создание юмористического эффекта и передача иронии. Эмоционально-экспрессивная функция аллюзии направлена на привлечение внимания реципиента к определенной новостной статье с помощью использования яркого стилистического эффекта и оказания влияния на его эмоциональную сторону.

Заголовки новостных медиатекстов, служащие отсылкой к другим текстам способны передавать оценку. К основной функции оценочных

заголовков относится «ценностная» ориентация получателя новостного сообщения. Также оценка в заголовке направлена на усиление убедительности высказывания. Оценка способна вступать во взаимосвязь с другими функциями заголовка новостных медиатекстов, к которым относятся информативная функция и функция убеждения.

Пересказ чужого текста в роли интертекстуального включения, также как вышеперечисленные включения имеет оценочный характер. Оценка передается на основе слов автора, которые указывают на то, кому принадлежит определенное высказывание и поясняют условия, на основе которых была произнесена чужая речь.

Во второй главе «Особенности передачи оценки, выраженной с помощью интертекстуальных средств, в новостном медиадискурсе» проведен анализ новостных текстов из англоязычных медиа-источников на наличие средств создания интертекстуальности, направленных на передачу оценки.

В результате проведенного анализа можно утверждать о том, что в новостном медиадискурсе тексты создаются с помощью интертекстуальных включений.

В первой части практической главы рассматриваются фрагменты новостных текстов, представленные в англоязычных медиа-изданиях Cable News Network (CNN), The New York Times, The Guardian, The Independent. На основе классификации средств создания интертекстуальности, предложенной М.А. Захаровой, проводится анализ, с помощью которого выявляются наиболее используемые в новостных текстах интертекстуальные маркеры. В результате проведенного анализа были получены следующие результаты.

В новостных медиатекстах, согласно полученным данным, используются такие интертекстуальные включения, как: заглавия, служащие отсылками к чужим текстам; цитаты; аллюзии; пересказ чужого текста и «точечные цитаты».

В результате полученных данных были выявлены особенности каждого интертекстуального маркера, использующегося в новостных медиатекстах. Заглавие как интертекстуальное включение может употребляться с элементами

цитаты или пересказа чужого текста, заглавие также может представлять собой аллюзию. Аллюзии, содержащиеся в текстах новостных сообщений, являются видоизменными пословицами, фрагментами литературных произведений, известными названиями фильмов. Пересказ чужого текста является незаменимым средством передачи интертекстуальности, в отдельных случаях используется с элементами цитаты. В качестве «точечных цитат» обычно выступают имена известных исторических и политических лидеров.

При анализе новостных текстов, относящихся к англоязычному медиадискурсу, были выявлены основные части медиатекста, в которые наиболее часто включаются средства создания интертекстуальности: заголовок новостного сообщения, вступление и основной текст новостной статьи.

Вторая часть практической главы направлена на исследование оценочного потенциала маркеров интертекстуальности в новостных медиатекстах. В ходе анализа интертекстуальных включений были выявлены основные виды оценки, присутствующие в медиатекстах. Виды оценок были рассмотрены согласно существующей классификации, в которой Е.Б. Тяжина выделяет: номинативную оценку; коннотативную оценку; прагматическую оценку. Наблюдается обращение авторов новостных сообщений к трем основным видам оценки: положительная, отрицательная и нейтральная. При передаче нейтральной оценки в медиатексте автор чаще всего приводит несколько мнений по одной проблеме, тем самым автор не демонстрирует поддержку какой-либо из сторон и выбор оценки остается за реципиентом. Также следует обратить внимание на обращение авторов новостных медиатекстов к использованию эксплицитной (открытой) и имплицитной (скрытой) оценки.

Третий раздел посвящен описанию анализа частотности употребления интертекстуальных маркеров в медиатекстах. Согласно проведенному исследованию наиболее частотным интертекстуальным средством является цитата, так как данное средство используется при построении многих новостных текстов (CNN - 45,3%; The New York Times - 41,8%; The Guardian -

33,3%; The Independent - 40,1%). Затем следуют заглавия, отсылающие к другому тексту (CNN - 27,3%; The New York Times - 30,3%; The Guardian - 35,3%; The Independent - 26,2 %), и пересказ чужого текста (CNN - 10,7%; The New York Times - 17,2%; The Guardian - 15,5%; The Independent - 14,8%).

Наименее частотными средствами интертекстуальности выступают аллюзии (CNN - 12,7%; The New York Times - 9%; The Guardian - 9,7%; The Independent - 14,8%) и «точечные цитаты», содержащие имена исторических личностей (CNN - 4%; The New York Times - 1,6%; The Guardian - 6%; The Independent - 5,8%).

Цитаты являются наиболее используемыми средствами передачи интертекстуальности в новостных текстах, так как считаются надежным источником информации. Благодаря содержанию цитат в медиатекстах у реципиента появляется возможность получать информацию без искажения. Наименее частотными средствами передачи интертекстуальности в новостных медиатекстах являются аллюзии и «точечные цитаты». В большинстве случаев это связано с тем, что реципиенту требуется владеть определенным уровнем знаний для понимания информации, которая передается с помощью данных интертекстуальных маркеров.

Затем освещаются полученные данные о средствах создания интертекстуальности, которые являются наиболее частотными при передаче оценки в новостном медиадискурсе.

На основе проведенного анализа в рамках классификации оценок, предложенной Е.Б. Тяжиной, было установлено следующее. Авторы новостных медиатекстов часто обращаются к использованию номинативной оценки (56,9%). Ее популярность в медиатекстах обусловлена такой особенностью, как выражение оценки с помощью лексических средств. Затем по частоте использования следует прагматическая оценка (36,9%). Данный вид оценки используется реже и в то же время не теряет своей популярности в новостном медиадискурсе. Наименее частотным видом оценки, передающимся с помощью интертекстуальных включений, является коннотативная оценка (5,2%). Авторы

новостных медиатекстов практически не обращаются к данному типу оценки, так как им не удастся осуществить языковое манипулирование из-за переносного значения слов, характерного для данного типа оценки.

На основе следующего критерия передачи оценки в новостных медиатекстах посредством интертекстуальных маркеров были получены следующие результаты. Эксплицитная оценка довольно часто используется в новостном медиадискурсе (57,8%), так как помогает выразить мнение автора открыто и не вводит в заблуждение получателя информация. Имплицитная оценка присутствует в медиатекстах, но несмотря на появившуюся в медиадискурсе тенденцию, используется крайне редко, так как требует от получателя новостного сообщения определенного уровня подготовки (42,2%).

Также был проведен анализ обращения авторов новостных сообщений к положительной, отрицательной и нейтральной оценке с помощью интертекстуальных включений. Количество обращений авторов к нейтральной оценке составило 23,5%. Наименее востребованной в проанализированных фрагментах новостных медиатекстов оказалась положительная оценка, на которую приходится 17,6%.

Заключение. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

В современной науке дискурс рассматривается как сложное коммуникативное явление, которое помимо текста изучает еще и экстралингвистические факторы. Концепция дискурса и дискурсивного анализа позволило медиатексту и медиадискурсу стать основными объектами изучения медиалингвистики.

Медиатексты характеризуются использованием в них «вкраплений» из чужих текстов в собственные произведения – наличием интертекстуальности. Существует следующая классификация интертекстуальных включений: заглавия, служащие отсылками к другому тексту; цитаты; аллюзии; реминисценции; пересказ чужого текста, присутствующий в новом тексте; пародирование другого текста; «точечные цитаты» (имена реальных личностей

или мифологических героев).

В данном исследовании были рассмотрены основные интертекстуальные включения в новостных текстах англоязычных медиа-источников. Интертекстуальные средства важны не только для создания новостных текстов, но и для придания им выразительности, а также для оказания воздействия на получателя информации.

Рассматриваются новостные тексты, представленные англоязычными медиа-источниками. Цитаты, как наиболее частотное и важное средство передачи интертекстуальности в новостных текстах, считаются надежным источником информации. Благодаря содержанию цитат в медиатекстах у реципиента появляется возможность получать информацию без искажения.

К наименее частотным средствам передачи интертекстуальности в новостных медиатекстах относятся аллюзии и «точечные цитаты», так как могут содержать информацию, которая не включается в базовый багаж реципиента.

Интертекстуальность в новостном медиадискурсе создается с целью передачи определенной оценки. Рассматриваются такие виды оценки, как номинативная, коннотативная и прагматическая, среди которых первая используется наиболее часто. Также новостные тексты содержат положительную, отрицательную и нейтральную оценку. В большинстве примеров авторы прибегают к передаче отрицательной оценки. Данные виды оценки могут иметь эксплицитный или имплицитный характер. Среди авторов новостных сообщений в англоязычном медиадискурсе популярностью пользуется эксплицитная оценка. Несмотря на тенденцию к скрытому языковому манипулированию в современном новостном медиадискурсе имплицитная оценка используется реже.

Согласно результатам проведенного исследования, наиболее частотными интертекстуальными средствами выражения оценки являются цитаты, заглавия и пересказ чужого текста. К наименее частотным интертекстуальным средствам относятся: аллюзии и «точечные цитаты».

В современном мире новостной медиадискурс не может обойтись без основных средств создания интертекстуальности. От правильного выбора маркеров интертекстуальности напрямую зависит интерес реципиента к новостному медиа-источнику.

Таким образом, полученные выводы позволяют утверждать, что исходная гипотеза исследования оказалась верной. Вместе с тем следует отметить, что поставленные задачи выполнены, и цель исследования достигнута.