

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

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**Анализ вербальных средств создания эмоционально-оценочного фона
новостных публикаций и телепрограмм на английском и русском
языках**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
МАГИСТРА**

Студентки 3 курса 301 группы
направления 44.04.01 «Педагогическое образование»,
профиль подготовки «Иностранные языки в контексте современной
культуры»
факультета гуманитарных дисциплин, русского и иностранных языков
Уружбековой Таварет Расимовны

Научный руководитель

зав. кафедрой английского языка и
методики его преподавания

канд. пед. наук, доцент

_____ Г.А. Никитина

дата, подпись

Зав. кафедрой

английского языка

и методики его преподавания

канд. пед. наук, доцент

_____ Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2025 год

Введение. *Актуальность* выбранной темы обусловлена необходимостью расширения знаний об основных приемах эмоционального привлечения аудитории, которыми пользуются средства массовой информации.

Объектом данного исследования являются новостной англоязычный и русскоязычный дискурс.

Предметом данного исследования является эмоционально-оценочное значение новостного англоязычного и русскоязычного дискурса.

Целью исследования является выявление некоторых вербальных репрезентаций эмоционально-оценочного фона англоязычного и русскоязычного новостного дискурса.

Для достижения цели требуется выполнить следующие *задачи*:

- 1) изучить понятие и особенности новостного дискурса в контексте общей теории дискурса на современном этапе развития лингвистической науки;
- 2) рассмотреть лингвистический подход к определению понятий эмоция и оценка;
- 3) рассмотреть языковые средства создания эмоционального и оценочного контекста высказывания;
- 4) проанализировать эмоционально-оценочное значение новостных англоязычных заголовков;
- 5) проанализировать эмоционально-оценочное значение речи дикторов новостных англоязычных программ;
- 6) проанализировать эмоционально-оценочное значение новостных русскоязычных заголовков;
- 7) проанализировать эмоционально-оценочное значение речи дикторов новостных русскоязычных программ.

В работе использовались такие *методы* исследования, как общенаучные методы анализа, сравнения, обобщения, метод контент-анализа, расчетные и статистические методы, описательный метод.

Методологической и теоретической базой исследования послужили работы в области изучения типов дискурса исследования послужили работы в области изучения типов дискурса (Т. Г. Добросклонской, Ю. С. Воротникова, В. И. Карасика) и в области изучения психологии выражения эмоций в лингвистике (В. И. Шаховского, Р. Х. ШакуроваЕ. А. Рожновой).

Материалом исследования послужили заголовки известных новостных газет, а также речь дикторов новостных каналов.

Научная новизна данного исследования заключается в расширенном рассмотрении средств вербальной передачи эмоций в информационном стиле.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут способствовать дальнейшему развитию таких наук, как лингвистика, семантика языка и теория перевода в этой области.

Практическая значимость данного исследования заключается в том, что результаты исследования могут быть полезны для специалистов в области журналистики, лингвистики и культурологии, а также для всех, кто интересуется языком и его способностью передавать эмоциональную окраску.

Структура работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и списка приложений.

Основное содержание. В первой главе «Теоретический анализ проблемы языкового воплощения эмоционального значения в новостном дискурсе» рассматриваются понятие и особенности новостного дискурса в контексте общей теории дискурса на современном этапе развития лингвистической науки, лингвистический подход к определению понятий эмоция и оценка, языковые средства создания эмоционального и оценочного контекста высказывания.

Новостной дискурс представляет собой тематически сфокусированную, социально-культурно обусловленную речемыслительную деятельность в

масс-медийном пространстве.

Новости направлены не только на представление «зрелищной» информации, ожидаемой большинством зрителей, но и ориентированы на конструирование унифицированного мнения по поводу данных событий. Выявлено, что основными характеристиками новостных текстов являются краткость, лаконичность, беспристрастность, преобладание именных конструкций и использование прямых слов. Основная задача любого газетного текста, кроме информирования аудитории, – повлиять на читателя, заставить его принять какую-либо позицию. Для этого используется эмоциональная тональность текста. Известно, что текстовые эмотивные средства, помимо выражения эмоций говорящего, играют еще одну немаловажную роль – они воздействуют на слушающего, усиливая эмоциональный эффект, производимый текстом.

В лингвистических исследованиях эмоциональной сферы учёные используют такие термины, как эмоциональность и эмотивность. Эмоциональность – это проявление в речи чувств и настроений говорящего по отношению к действительности или, другими словами, субъективное отношение к действительности. Как правило, эмоциональность передается следующим языковыми средствами: междометиями, словами, называющими эмоции и ассоциирующимися с ними, интонацией и особыми синтаксическими структурами (повтор, эллипсис, инверсия и так далее).

Лингвистический анализ эмоций изучает трансформацию психологических эмоций в языковую эмотивность через вербальные (слова, интонация) и невербальные (жесты, мимика) средства. Эмотивные средства в языке и речи служат, прежде всего, для выражения внутреннего состояния человека, его эмоционального отношения к объектам или собеседникам. Эмотивность имеет как лингвистический, так и психолингвистический аспект, и изучать ее следует комплексно, учитывая как вербальные, так и невербальные средства выражения. Эмоции включают компонент оценки, которая определяется как суждение о ценности объекта с точки зрения

потребностей человека. Оценка может выражаться вербально (оценочные суждения), через опыт или изменения в поведении.

С помощью различных языковых средств (фонетических, лексических, синтаксических, грамматических) усиливается эмоциональный тон подачи информации. Эмоциональная окраска слов, использование метафор, сравнений и риторических вопросов способствуют созданию определенного настроения и оценки, что, в свою очередь, влияет на реакцию слушателя или читателя. Таким образом, языковые средства играют ключевую роль в передаче субъективных оценок и эмоций, обогащая коммуникацию и усиливая воздействие высказывания.

Во второй главе «Практический анализ языковых средств создания эмоционально-оценочного значения в англоязычном и русскоязычном новостном дискурсе» проводится анализ эмоционально-оценочного значения англоязычных и русскоязычных новостных заголовков, а также анализ эмоционально-оценочного значения новостных англоязычных программ.

Анализ новостных англоязычных заголовков показал, что чаще всего на трех языковых уровнях превалирует количество отрицательных заголовков (на лексическом уровне количество заголовков с отрицательным значением составляет 20 %, на стилистическом – 10 %, на грамматическом – 15 %). Второе место по частотности занимают заголовки с положительным значением (на лексическом уровне – 15 %, на стилистическом уровне – 8 %, на грамматическом – 13 %). Реже всего на трех языковых уровнях используются заголовки с нейтральным значением (на лексическом – 9 %, на стилистическом – 4 %, на грамматическом – 6 %).

Проанализированные заголовки показывают, что современные новостные заголовки используют явный акцент на эмоции читателей. В основном, заголовки направлены на субъективное восприятие читателей. С помощью различных языковых средств (аллюзия, тропы, наличие оценочной лексики, заголовочные жаргоны, каламбуры, парцелляция, синтаксически неполные конструкции и многое другое) создается порой ошибочное

представление читателей о том, о чем действительно пойдет речь в статье далее. Делается это с целью завлечь как можно большую часть аудитории.

В новостных устных сообщениях больше используются фонетические средства выражения эмоций. Отрицательная оценка передаваемых новостей превалирует по количеству употребляемых языковых средств (на фонетическом – 20 %, на лексическом – 10 %, на стилистическом – 5 %, на грамматическом – 10 %). Положительная оценка на фонетическом уровне занимает 14 %, лексическом – 11 %, стилистическом – 4 %, на грамматическом – 4 %. И наконец, нейтральная оценка на фонетическом уровне занимает 10 %, лексическом – 6 %, стилистическом – 4 %, грамматическом – 2 %.

В целом, анализ разговорной речи известных англоязычных новостных каналов показал, что речь дикторов звучит довольно эмоционально, так как затронутые ими темы очень интересные и общественно значимые. Часто в голосе дикторов присутствуют презрение, осуждение, агрессия или неприязнь к той или иной точки зрения, то есть преобладают негативные аспекты. С помощью громкости подчеркиваются важные эмоциональные центры. Ритм имеет стабильный характер. Темп в основном вариативен, но преобладает медленный. Преобладающими тонами можно назвать: High-Fall, Mid-level tone, Fall – Rise, реже Low-Fall.

Анализ русскоязычных новостных заголовков показал, что чаще всего на трех языковых уровнях превалирует количество заголовков с нейтральным значением. На лексическом уровне количество заголовков с нейтральным значением составляет 23 %, на стилистическом – 13 %, на грамматическом – 4 %. Далее, по частотности превалируют заголовки с отрицательным значением (на лексическом уровне – 13 %, на стилистическом – 15 %, на грамматическом – 3 %). Реже всего на трех языковых уровнях используются заголовки с положительной коннотацией (на лексическом уровне – 15 %, на стилистическом уровне – 11 %, на грамматическом уровне – 3 %).

Проанализированные заголовки показывают, что современные русскоязычные заголовки наиболее всего нейтральны. Нейтральный тон делает заголовок более объективным и привлекательным для широкой аудитории. Преобладание нейтральных заголовков может способствовать более объективному восприятию информации. Люди получают меньше эмоционального заряда и могут формировать собственное мнение, основываясь на фактах. Нейтральные заголовки, как правило, более точны и не пытаются манипулировать эмоциями. Это повышает доверие к информации и её источнику, но вместе с тем, преобладание нейтральности может создать иллюзию спокойствия и неотложности, что может привести к игнорированию важных событий. В большинстве случаев влияние заголовков на читателя зависит от типа новости.

Проанализированные отрывки речи дикторов из новостных русскоязычных программ свидетельствуют, что положительная оценка новостей превалирует по количеству языковых средств (на фонетическом уровне – 14 %, на лексическом – 11 %, на стилистическом – 7 %, на грамматическом – 8 %). Далее по количеству разнообразия языковых средств употребляется отрицательная оценка (на фонетическом уровне – 12 %, на лексическом – 10 %, на стилистическом – 6 %, на грамматическом – 9 %). Нейтральная оценка на фонетическом уровне занимает 9 %, лексическом – 6 %, стилистическом – 3 %, грамматическом – 5 %.

Сравнивая эмоционально-оценочное значение англоязычных и русскоязычных заголовков, можно выделить следующие особенности: в англоязычных заголовках чаще используется игра слов и каламбур. Англоязычные заголовки в большинстве случаев краткие с эмоционально выраженной лексикой. Русскоязычные заголовки более развернутые и часто содержат подзаголовки, активно используют метафоры и образные выражения, часто включают цитаты или прямую речь, а также могут содержать элементы разговорной речи. Благодаря интригующим англоязычным заголовкам у читателей формируется любопытство и

удивление из-за неожиданных сочетаний слов. Русскоязычные же заголовки вызывают сопереживание из-за более детального описания ситуации, глубокую эмоциональную вовлеченность благодаря образности, ностальгию или патриотические чувства через культурные отсылки.

Анализ речи ведущих новостных англоязычных и русскоязычных каналов выявил различия в стиле дикторов, обусловленные языком и целями передачи информации.

Дикторы англоязычных каналов выражают сильные эмоции, используя презрение, осуждение, агрессию и неприязнь. Это обусловлено важностью и актуальностью тем, а также целью влияния на умонастроения аудитории. Громкость речи подчеркивает эмоциональные моменты. Речь характеризуется стабильным ритмом, но темп варьируется, преимущественно медленный. Преобладают тоны высокий нисходящий, средний уровень тона, нисходящий-восходящий (High-Fall, Mid-leveltone, Fall – Rise). Низкий нисходящий (Low-Fall) встречается реже.

Стиль речи русскоязычных дикторов адаптируется к характеру новости. Дикторы стремятся к позитивному освещению новостей, что может быть связано с желанием успокоить или воодушевить аудиторию. Они не избегают отражения негативных событий, но стремятся к сбалансированному представлению информации. Нейтральная оценка подчеркивает приверженность объективности в освещении новостей. Анализ показывает, что англоязычные и русскоязычные каналы используют различные языковые средства для достижения своих целей. Эмоции играют значительную роль в передаче информации, особенно в англоязычных новостях. Обе категории каналов стремятся к объективности, хотя используют разные стратегии для достижения этой цели.

Заключение. Целью исследования было выявление некоторых вербальных репрезентаций эмоционально-оценочного фона англоязычного и русскоязычного новостного дискурса.

Для достижения цели были реализованы следующие задачи: изучены понятие и особенности новостного дискурса в контексте общей теории дискурса на современном этапе развития лингвистической науки; рассмотрены лингвистический подход к определению понятий эмоция и оценка и языковые средства создания эмоционального и оценочного контекста высказывания; проанализированы эмоционально-оценочное значение новостных англоязычных и русскоязычных заголовков; проанализированы эмоционально-оценочное значение новостных англоязычных и русскоязычных программ.

Вербальная репрезентация эмоционально-оценочного значения в новостном дискурсе является одним из ключевых элементов, которые позволяют журналистам не только привлечь внимание читателей, но и передать им информацию с максимальной ясностью и точностью. Как правило, новости отражают события, которые имеют существенное значение для общества, и поэтому эмоциональный окрас может быть важным фактором, влияющим на способ восприятия и понимания этих событий.

Вербальная репрезентация эмоционально-оценочного значения в новостном дискурсе может быть использована в качестве инструмента манипулирования мнениями людей и формирования определенной реакции на происходящие события. Поэтому очень важно быть осторожным в использовании эмоционально окрашенных слов и фраз, чтобы не перейти за грань объективности и не нарушить нейтральность новостного сообщения.

Целью практического анализа было выявление и сравнение эмоционально-оценочного значения англоязычных и русскоязычных новостных заголовков и телепрограмм.

Результаты анализа показали, что журналисты используют различные стилистические приемы, чтобы передать эмоционально-оценочное значение. Например, они могут использовать насыщенные эмоциональные прилагательные и наречия, которые помогают создать ощущение напряженности, ужаса или тревоги. Кроме того, заголовки новостей могут

содержать слова, которые вызывают эмоциональную реакцию у читателя и заставляют его обратить внимание на статью. Англоязычные и русскоязычные новостные каналы отличаются стилем для достижения своих целей. Эмоции важны для англоязычных каналов, а русскоязычные стремятся к сбалансированному представлению информации. Обе категории стремятся к объективности, но используют разные средства для достижения этого.

Согласно всему вышесказанному, можно сделать вывод о том, что цель исследования достигнута, все задачи решены. Перспектива дальнейшего развития темы исследования видится в более глубоком понимании механизмов формирования эмоционально-оценочного фона в медиа. Результаты исследования могут быть полезны для специалистов в области журналистики, лингвистики и культурологии, а также для всех, кто интересуется языком и его способностью передавать эмоциональную окраску.