

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ П.М. МАШЕРОВА»

Филологический факультет

Кафедра германской филологии

Допущен к защите
«14» 06 2019 г.
Заведующий кафедрой
А.А. Лавицкий

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

БРАЧНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ:
КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ И ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ
АСПЕКТЫ

Специальность 1-21 80 06 Сравнительно-историческое, типологическое и
сопоставительное языкознание

Защита 20.06.2019
8 (восемь)
Р

Алексеевич Евгений Викторович,

Научный руководитель:
Зайцева Ирина Павловна,
доктор филологических наук,
профессор

Витебск, 2019

Реферат

Магистерская диссертация 70 с., 65 источников.

МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, РЕЧЕВОЙ ЖАНР, КОММУНИКАНТ, САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ, ПРАГМАТИКА, ЛИНГВОКУЛЬТУРА.

Объект исследования – брачные объявления в английской и русской лингвокультурах.

Предмет исследования – жанровые, коммуникативно-прагматические, когнитивные и лингвокультурные особенности брачных объявлений.

Целью работы является многоаспектная характеристика современных брачных объявлений в жанровом, прагматическом, когнитивном и языковом аспектах.

Методы исследования: анализ и синтез материала, описательный, сравнительный, метод сплошной выборки, систематизация фактов.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы на занятиях по стилистике и культуре речи, лингвистическому анализу текста, в спецкурсах и спецсеминарах по проблемам изучения речевых жанров и языка современных СМК. Практические рекомендации могут быть полезны составителям текстов брачных объявлений – как работникам брачных агентств, так и рядовым рекламодателям.

Теоретическая значимость диссертации. Данное исследование расширяет представление о спектре жанров массовой коммуникации и методах их анализа. Коммуникативно-прагматический и лингвокультурологический анализы рекламной коммуникации представляет интерес для лингвистики, поскольку обогащает знания о закономерностях функционирования языка в одной из сфер деятельности.

Научная новизна настоящей работы заключается в том, что в ней брачное объявление рассмотрено как жанр массовой коммуникации с позиций комплексного подхода (в жанровом, прагматическом, лингвокультурологических аспектах); разработана функционально-семантическая модель речевого жанра «брачное объявление» в виде системы субтекстов; представлена характеристика базовых для данного речевого жанра коммуникативных стратегий, тактик и проведен сопоставительный лингвостилистический анализ в рамках двух лингвокультур.

Содержание

Реферат.....	2
Введение	4
1 Феномен массовой коммуникации на современном этапе развития общества..	8
1.1 Массовая коммуникация как особая разновидность коммуникативного взаимодействия	8
1.2 Тексты массовой коммуникации в русской и английской культуре	16
Выводы по главе 1	29
2 Брачное объявление как речевой жанр.....	31
2.1 Брачное объявление в системе массовой коммуникации	31
2.2 Функционально-семантическая модель брачного объявления	36
Выводы по главе 2	43
3 Коммуникативно-прагматические и лингвокультурологические особенности функционирования речевого жанра «брачное объявление»	44
3.1 Прагматический контекст функционирования речевого жанра «брачное объявление»	44
3.2 Реализация коммуникативных стратегий в речевом жанре «брачное объявление».....	48
3.3 Лингвокультурологические особенности английских и русских брачных объявлений. Сопоставительный анализ	55
Выводы по главе 3	61
Заключение	63
Список использованных источников.....	66

Введение

Данная магистерская диссертация выполнена в русле прагмалингвистических и лингвокультурологических исследований. В нашем исследовании особое внимание уделено коммуникативному, лингвокультурному и прагматическому аспектам характеристики текстов объявлений о знакомстве. Объектом изучения в данном исследовании послужили русскоязычные и англоязычные объявления о знакомстве.

Вступив в информационный век, мы уделяем все больше внимания понятию «коммуникация». Всестороннее изучение данного феномена помогает упростить и улучшить межличностные взаимоотношения между людьми, представителями всевозможных сфер интересов. Только с помощью эффективно проведенной коммуникации в современном обществе осуществляется все больше и больше событий. Общество стало более зависимым от коммуникации. Ни в одном столетии не развивалось столько разнообразных дисциплин, связанных с воздействием человека на человека.

Брачные объявления представляют собой особый вид текстов, затрагивающих сферу частной жизни людей. Адресанты, дающие объявления, ставят перед собой единственную задачу – решить проблему межличностных отношений, проблему одиночества. Интерес к данной проблеме на современном этапе обусловлен рядом факторов социального, философского и практического характера. На фоне всеобщего стремления к глобализации в различных сферах общественной жизни, на индивидуальном уровне обостряется осознание собственной личности, ее уникальности, что ведет к коммуникативной разобщенности внутри социума. Язык предстает здесь в качестве инструмента речевого воздействия, осуществляющего управление коммуникативными процессами и способствующего формированию всевозможных ценностных ориентаций, смыслов и мотиваций.

Речевой жанр «брачное объявление» в настоящей работе рассмотрен как сложная коммуникативная система: с одной стороны, как схема/модель речевого поведения, за которой стоит определенная целеустановка, с другой – как речевое произведение, соотнесенное с общением как деятельностью. Мы полагаем, что

речевой жанр «брачное объявление» направлен на установление и поддержание межличностного контакта между субъектами коммуникации, но, кроме того, ориентирован на определенное регулирующее воздействие на адресата. Доминирующей интенцией автора является убеждение адресата в необходимости ответной реакции на предложение, содержащееся в тексте объявления.

Материалом для работы послужили электронные брачные объявления, опубликованные в современных электронных русскоязычных и англоязычных газетах, а так же к сайтах онлайн знакомств, отобранные методом сплошной выборки, количеством 500 шт.(по 250 на каждый язык).

Актуальность данного исследования определяется потребностью в лингвистическом осмыслении и интерпретации разных типов и видов текста в их многообразных характеристиках, а также необходимостью описания коммуникативных и когнитивных свойств дискурсивной деятельности человека применительно к брачным объявлениям.

Объект исследования – брачные объявления в английской и русской лингвокультурах.

Предмет исследования – жанровые, коммуникативно-прагматические, когнитивные и лингвокультурные особенности брачных объявлений.

Целью работы является многоаспектная характеристика современных брачных объявлений в жанровом, прагматическом, когнитивном и языковом аспектах.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы на занятиях по стилистике и культуре речи, лингвистическому анализу текста, в спецкурсах и спецсеминарах по проблемам изучения речевых жанров и языка современных СМК. Практические рекомендации могут быть полезны составителям текстов брачных объявлений – как работникам брачных агентств, так и рядовым рекламодателям.

Теоретическая значимость диссертации. Данное исследование расширяет представление о спектре жанров массовой коммуникации и методах их анализа. Коммуникативно-прагматический и лингвокультурологический анализы рекламной

коммуникации представляет интерес для лингвистики, поскольку обогащает знания о закономерностях функционирования языка в одной из сфер деятельности.

Научная новизна настоящей работы заключается в том, что в ней брачное объявление рассмотрено как жанр массовой коммуникации с позиций комплексного подхода (в жанровом, прагматическом, лингвокультурологических аспектах); разработана функционально-семантическая модель речевого жанра «брачное объявление» в виде системы субтекстов; представлена характеристика базовых для данного речевого жанра коммуникативных стратегий, тактик и проведен сопоставительный лингвостилистический анализ в рамках двух лингвокультур.

Задачи данной работы:

- ✓ 1) Исследовать понятие «массовая коммуникация» как особую разновидность коммуникативного взаимодействия
- ✓ 2) Рассмотреть особенности текстов массовой коммуникации в английской и русской культурах
- ✓ 3) Определить особенности, делающие брачное объявление социокультурным и социолингвистическим феноменом в рамках жанра массовой коммуникации.
- 4) Описать функционально-семантическую модель речевого жанра «брачное объявление»
- 5) Охарактеризовать прагматический контекст функционирования брачного объявления
- 6) Выявить речевые стратегии и тактики, использующиеся в брачных объявлениях, а также языковые средства, их реализующие.
- 7) Провести сопоставительный анализ лингвокультурологических особенностей русскоязычных и англоязычных брачных объявлений

Методы нашего исследования: анализ и синтез материала, описательный, сравнительный, метод сплошной выборки, систематизация фактов.

Структура работы. Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников.

В первой главе настоящего исследования рассматривается массовая коммуникация как особый вид коммуникативного взаимодействия,

рассматриваются тексты английской и русской культуры в рамках массовой коммуникации.

Во второй главе настоящего исследования уделено внимание брачному объявлению как особому речевому жанру в системе массовой коммуникации, а также описывается его функционально-семантическая модель.

В третьей главе настоящего исследования рассматриваются коммуникативно-прагматические особенности брачных объявлений в рамках двух языков, а также / проводится сопоставительный лингвокультурологический анализ брачных объявлений в английской и русской языковых культурах.

В Заключении изложены основные выводы по работе.

Список использованных источников

1. Аврасин, В.М. Заметки об экономической рекламе (норма, семиотика, прагматика) / В.М. Аврасин. – Челябинск : Функциональный синтаксис немецкого языка, 1979. – 80-85 с. ?
2. Акулова, Е.В. Жанр «Объявление о знакомстве»: Гендерная и этнокультурная специфика. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Е.В. Акулова. – Саратов : , 2010. ?
3. Акулова, Е.В. Объявление о знакомстве как объект лингвистического исследования. Проблемы речевой коммуникации / Е.В. Акулова. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2010. ?
4. Аниськина, Н. В. Модели анализа рекламного текста / Н. В. Аниськина, Т. Б. Колышкина. – М. : ФОРУМ, 2013. – 304 с.
5. Арутюнова, Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова. – М. : Прогресс, 1990. – 505 с.
6. Арутюнова, Н. Д. Фактор адресата / Н. Д. Арутюнова // Изв. АН СССР. Сер. лит. и языка. – 1981. – Т. 40, № 4. – С. 356 – 367
7. Арутюнова, Н. Д. ~~Фактор адресата~~ / Н. Д. Арутюнова // Известия АН СССР. – 1981. – № 4. – С. ~~356–357~~.
8. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин. – М : Наука, 1986. – 250 - 297 с. ?
9. Березин, Ф. М. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / Ф. М. Березин, – М : , 1990.
10. Брандес, М. П. Стилистика текста / М. П. Брандес. – М. : Высшая школа, 1990. – 416 с.
11. Булыгина, Т. В. О границах и содержания прагматики / Т. В. Булыгина // Известия АН СССР. – 1981. – № 4. – С. 21-27. ✓
12. Вежбицкая, А. Язык, Культура, Познание: Пер. с англ / А. Вежбицкая. – М : Русские словари, 1996. – 416 с.
13. Верещагин, Е.М. Речевые тактики «призыва к откровенности». Еще одна попытка проникнуть в идиоматику речевого поведения и русско-немецкий

контрастивный подходу / Е.М. Верещагин, Р. Ратмайр, Т. Ройтер // Вопросы языкознания. – 1992. – № 2.

14. Гойхман, О.Я Речевая коммуникация / О.Я Гойхман, Т.М. Надеина. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008.

15. Желтухина, М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2004.

16. Землянова, Л. Я Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества / Л. Я Землянова. – М.: , 1999. – 215 с.

17. Иванова, С.В Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии / С.В Иванова // . – 2008. – № 1. – С. 29–33.

18. Из рук в руки : Газета частных объявлений [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://irr.by/dating>. – Дата доступа : 28.01.2019

19. Иссерс, О.С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / О.С. Иссерс. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 224 с.

20. Иссерс, О.С. Речевое общение: коммуникативно- прагматический подход / О.С. Иссерс. – М : Изд-во ЛКИ, 2008.

21. Кидямкина, С.А. Семиосфера семейных аномалий в современной русской лингвокультуре / С.А. Кидямкина. – М.: , 2001. ,

22. Ключев, Е.В Речевая коммуникация: учеб. Пособие для университетов и институтов / Е.В Ключев, Т.М. Надеина: – М : РИПОЛ КЛАССИК, 2002 – 320. – с. ,

23. Колшанский, Г. В. Коммуникативная функция и структура языка / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1984. – 176 с.

24. Конецкая, В.П. Социология коммуникации / В.П Конецкая. – М.: , 1997. – 217 с.

25. Костомаров, В.Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В.Г. Костомаров. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. – 267 с.

26. Котлер, Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. Под ред. Е.М. Пеньковой / Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 1992. – 736 с.

27. Ксензенко, О. А. Прагматические особенности рекламных текстов / О. А. Ксензенко. – М. : Московский университет, 2003. – 353 с.

28. Кулькова, М.А. Филология в полиэтнической и межконфессиональной среде: состояние и перспективы: Сборник научных статей / М.А. Кулькова. – Казань : РИУ, 2009.

29. Культура русской речи : Энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. - 3-е изд., стер. - М. : ФЛИНТА, 2011. - 840 с.

30. Кухаренко, А.В. Лексика американской рекламы в новой орфографии / А.В. Кухаренко. – М : Лингвострановедческое описание лексики английского языка., 1983. – 19-23 с.

31. Лебедева, Л. В. Психология рекламы: учебное пособие для вузов / Л. В. Лебедева. – М. : Флинта, 2013. – 140 с.

32. Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М : , 1997.

33. Лившиц, Т. Н. Реклама в прагмалингвистическом аспекте / Т. Н Лившиц. – Таганрог: Изд-во Таганрогского университета, 1999. – 213 с.

34. Лингвистический энциклопедический словарь : в 2 т. / редкол. : В. Н. Ярцева [и др.]. – М. : Большая рос.энцикл., 2002. – 709 с.

35. Лукьянова, Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления (проблемы семантики) / Н. А. Лукьянова. – Новосибирск : Наука, 1986. – 230 с.

36. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб : , 1997.

37. Маслова, В. А. Лингвистический анализ текста. Экспрессивность / В. А. Маслова. – М. :Юрайт, 2018. – 201 с.

38. Мечковская, Н.Б. Социальная лингвистика: Пособие для гуманит. вузов и учащихся лицеев / Н.Б. Мечковская. – М : Аспект Прогресс, 1996. – 207 с.

39. Одинцов, В. В. Стилистика текста / В. В.Одинцов. – М. : Наследие, 2004. – 379 с.

40. Павлийчук, В.А Роль рекламы в условиях рынка / В.А Павлийчук. – М : , 1998. – 236 с.

41. Пирогова, Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации / Ю. К. Пирогов. – М. :Азбуковик, 2001. – 553 с.

42. Попова, Е.А. Культурно-языковые характеристики политического дискурса (на материале газетных интервью): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Волгоград, 1995. - 21 с.

43. Руженцева, Н.Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе / Н.Б. Руженцева. - Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. пед. ун-т, 2004.

44. Рысева, У.А. Отражение гендерных стереотипов в текстах брачных объявлений / У.А. Рысева, С.Р. Омельченко // ФЛИНТА: Наука. - 2012. - . - № 2.

45. Словарь лингвокультурологических терминов / Авторы-сост. Ковшова М.Л., Гудков Д.Б. / Отв. ред М.Л. Ковшова. - Москва: Гнозис, 2017. - 192 с.

46. Смирнова, М.Г. Пресса и общество - опыт социологического исследования провинциального читателя / М.Г. Смирнова // Журналист. - 1994. - № 2. - С. 16-27

47. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожин; члены редколлегии: Е. А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников. - 2-изд., стереотип. - М.: Флинта: Наука, 2011. - 696 с.

48. Сусов, И. П. Лингвистическая прагматика / И. П. Сусов. - Винница : Нова Книга, 2009. - 272 с.

49. Сухомлинова, Н.Г. Лингвостилистические исследования в рекламных текстах / Н.Г. Сухомлинова. - Фрунзе : Лингвострановедческое описание лексики английского языка., 1985. - 52-60 с.

50. Тарасов, Е. Ф. Социолингвистические проблемы теории речевой коммуникации Е. Ф. Тарасов. - М : Наука, 1974. - 255 -273 с.

51. Телия, В. Н. Человеческий фактор в языке: Языковые механизмы экспрессивности / В. Н. Телия, Т. А. Графова. - М. : Наука, 1991. - 214 с.

52. Трескова, С.И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации / С.И. Трескова. - М : , 1989. - 152 с.

53. Фащанова, С.В. Языковая игра в радиодискурсе: коммуникативно-прагматический аспект: Дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2012.

54. Формановская, Н. И. Речевое общение: коммуникативно- прагматический подход / Н. И. Формановская. – М : Русский язык, 2002.
55. Хазагеров, Г. Г. Риторика для делового человека: учебное пособие / Г. Г. Хазагеров. – М. : Флинта, 2008. – 527 с.
56. Цурикова, Л.В. Адекватность дискурса: анализ стратегий дискурсивного поведения на родном и иностранном языке / Л.В. Цурикова // Вестник ВГУ. Серия лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2002. – № 2. – С. 14–25.
57. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникаций: Учеб. пособие. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/930581/>– Дата доступа: 05.04.2019.
58. Швейцер, А. Д. К разработке понятийного аппарата социолингвистики / А. Д. Швейцер. – Л. : Социально-лингвистическое исследование, 1989. ?
59. Badoo : Badoo Trading Limited : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://badoo.com/en/> – Дата доступа : 02.03.2019.
60. Dominick, J.R The Dynamics of Mass Communication / J.R Dominick. – : Random House, 1987. – 600 p.
61. Harvard Magazine : independent magazine of Harvard University [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://harvardmagazine.com/classifieds/personals> – Дата доступа : 01.05.2019.
62. Rachman D.J.& others. Fast times on Avenida Madison // Business Week on business today N4. – Grow-Hill Publishing Company, 1990. – p. 72-77
63. Russian-personals.com: Международная служба знакомств Free Russian Personals : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.russian-personals.com/> – Дата доступа : 02.05.2019.
64. The Telegraph : English broadsheet newspaper [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dating.telegraph.co.uk/s/d> – Дата доступа : 07.02.2019.
65. Williams, R. Communications / R. Williams. – Ldn : Penguin Books, 1976. – 190 с.