

к изначальному значению праздника. Но в них хорошо отражаются современные реалии события и особенностей его видения современными молодыми людьми.

Клара Цеткин: *борьба – 24,5%; женщины – 22,7%; права женщин – 18%; сила, деятельность – 9,5%; восьмое марта, – 8,6%. 16,7% составили ассоциации движение, свобода, политик, смелость, равноправие.*

Как видно, в ряду слов-реакций на слово стимул Клара Цеткин представлены ассоциации, связанные с первоначальным прямым значением и сущностью праздника 8 Марта: *женщины, борьба, права, сила, восьмое марта, движение, свобода, политик равноправие и др.*

Заключение. Как видно, лингвистический ассоциативный эксперимент наглядно демонстрирует, что в лингвистической картине мира современной молодежи праздник 8 Марта приобретает новые оттенки значений, концентрирующиеся вокруг понятий женщина, весна, цветы. Однако понимание истоков этого праздника все еще живо и сохраняется в памяти молодых людей.

1. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://spb.hse.ru/humart/svoimislovami/news/449252561.html>. – Дата доступа: 17.03.22.

2. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/204659-women-unite>. – Дата доступа: 17.03.22.

3. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/622481cb9a794763d14088b1>. – Дата доступа: 17.03.22.

СОВРЕМЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК ОБЪЕКТ МУЛЬТИМОДАЛЬНОГО ДИСКУРС-АНАЛИЗА

Малютина К.А.,

студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Казиминова О.В., канд. филол. наук, доцент

В настоящее время исследователи медиадискурса, в том числе и телевизионного дискурса, проявляют большой интерес к проблемам формирования и существования данной среды коммуникации, а именно, к вопросу влияния поступающей информации посредством голоса и изображения. Многие исследователи (см. работы А.Н. Баранова, В.И. Карасика, М.Ю. Олешкова и др.) считают, что анализ дискурса основан на идее о том, что в процессе коммуникации замысел сообщения конструируется, если его основной посыл в коммуникации не реализуется и не отражается в медиатексте, а адресат вовлечен в процесс коммуникации не в меньшей степени, чем сам коммуникатор, который принимает участие в создании смысловых структур и воздействующих эффектов массовых сообщений. Следствием этого является проявление неизменного интереса к социальным, культурным, политическим и идеологическим факторам, являющимися детерминированными в телевизионном пространстве, что определяет актуальность настоящей работы.

Целью работы является выявление ключевых особенностей современного теледискурса на основе его конститутивных признаков.

Материал и методы. Наши наблюдения построены на материале англоязычных телепередач (“MasterChief Junior”, “Dora the Explorer”, “The Voice: Kids”, “Barney & Friends” и др.), транслируемых на современном англоязычном телевидении (BBC, Nickelodion, DisneyChannel и др.) за период с 2020 по 2021 гг. В качестве основных методов выступают описательный, аналитический и логико-интерпретационный методы.

Результаты и их обсуждение. Особое место в системе комплексного информационного воздействия занимает телевизионный дискурс, который предстает в качестве междисциплинарной категории, выступающей не только как набор некоторых языковых и визуальных знаков, но и как социокультурный феномен. Являясь по своей сути

социальным знаком или объединением знаков в семиотике, телевизионный дискурс в целом передает информацию и воздействует на адресата посредством вербальных и невербальных средств в конкретном социальном пространстве.

Телевизионный дискурс чаще всего представлен в форме диалога между телекоммуникатором и телеаудиторией. Однако нельзя говорить о том, что теледискурс полностью лишился своей монологической модели вещания. Его стоит рассматривать как явление процессуальное, непосредственно соотносимое с реальным временем и ассоциируемое со звучащей устной речью, что не может в свою очередь передать всю глубину исследуемого вопроса. Следовательно, теледискурс представляет собой многогранный феномен, характеристики которого варьируются от жанра к жанру.

В современном лингвистическом пространстве дискурс-аналитики протестировали объемный спектр аналитических инструментов и накопили достаточное количество эмпирического материала и его интерпретации. Однако вместе с тем, речевая практика, которая понимается как вербальная форма коммуникативной деятельности, является классической предметной областью анализа теледискурса. И хотя визуальные средства общения получили признание в дискурс-анализе в качестве элемента дискурсивной практики, многие исследователи считают, что они являются зависимыми от вербальных элементов коммуникации (см работы Е.Г. Лариной, М.Л. Макарова).

Нами выявлено, что отличительной чертой современного телевизионного дискурса является *мультиmodalность*, то есть использование различных средств передачи информации (вербальных, пространственных, звуковых и визуальных) в генерации и передачи смысла телесообщения. Исследования анализа теледискурса направлены на обнаружение различных аспектов мультиmodalного процесса: лингвопрагматических и формальных, составляющих построение медийной реальности, а также на социокультурные и интенциональные процессы в этой реальности. Данный факт обусловлен тем, что одной из главных целей дискурс-анализа является выявление и интерпретация методов применения языка в формировании смыслов, ситуаций и показ на экране социальной реальности.

Рассматривая мультиmodalный характер телевизионного дискурса, необходимо обратиться к исследованию Г. Кресса и Т. Ван Левина [1]. В данной работе представлена методология изучения формально-структурных визуальнографических элементов телесообщения (композиция, цвет и т. д.) с учетом их смыслообразовательной функции и значения. Прежде всего, при визуальном исследовании реализуется задача построения отношений между представленной реальностью на экране телевизоров и аудиторией. Репрезентация отношений между телевидением и зрителем может быть представлена в таких социальных категориях, как *дистанция*, *отношение* и *взаимодействие*. Ближний или дальний план осуществляет социальную дистанцию, ракурс и угол зрения – социальные отношения, а взгляд персонажа на зрителя или его отсутствие представляет собой социальное взаимодействие.

Анализ практического материала показывает, что в телевизионном дискурсе мультиmodalность проявляется достаточно четко, так как именно здесь наблюдается сочетание сразу нескольких компонентов: вербальных, визуальных и аудиальных. К аудиальному компоненту, который обычно называется «звуковым рядом», мы можем отнести речь, музыку и, так называемый, шум. Если рассматривать языковую составляющую теледискурса, то она зависит от субъекта, который произносит речь, т.е. это речь ведущего (комментарий), речь автора (стендап) или же речь самих героев сюжета (синхрон). Визуальный ряд телевизионного дискурса представлен картинкой – мгновенно выхваченным из обычного событийного ряда фрагментом, зафиксированным на видеопленку или на другой носитель [1, с. 10].

Заключение. Проведенный анализ позволяет заключить, что элементами, без которых невозможно выразить визуальную интерпретацию реальности в телевизионном дискурсе являются *план, ракурс и взгляд*, так как невозможно изобразить кого-либо «в двух измерениях, не совершив третьего выбора из этих трёх измерений» [1, с. 141]. Данные переменные действуют как семиотические корреляции таких социальных категорий, как дистанция, отношение и взаимодействие.

Таким образом, с точки зрения мультимодального дискурс-анализа телевидение представляет собой достаточно сложную семиотическую систему, где все элементы стремятся к общей практической цели – передаче смысловых структур, которые выражают и транслируют социальную реальность. При этом специфичность телевизионной коммуникации обнаруживается в сложной взаимосвязи вербальных и визуальных средств, погруженных в конкретное социальное пространство и объединенных единой целью.

1. Кресс, Г. Чтение изображений: Грамматика визуального дизайна / Г. Кресс, Т. Ван Левин. – М.: Наука, 2006. – 167 с.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ АНГЛИЧАН И АМЕРИКАНЦЕВ

Мандрик Е.В.,

студент 1 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Лапушинская Н.О., канд. филол. наук

Как известно, существуют некоторые отличия между британцами и американцами. Помимо того, что они являются представителями разных лингвокультур, отличительной чертой этих народов также является наличие различных коммуникативных особенностей поведения их носителей. Зачастую, под особенностями коммуникативного поведения народа принято понимать его особенности вербальной и невербальной коммуникации, стиль и круг общения, особенности ведения диалога и монолога, реакции на слова собеседника, эмоциональность в общении и многое другое. Также стоит отметить, что различия в коммуникативном поведении существуют в основном из-за того, что у жителей каждой страны есть свой менталитет, поэтому то, что у одного народа дозволено и является нормой, у другого народа может вызвать крайне негативные эмоции. На момент исследования, знание особенностей коммуникативного поведения народа, являющегося носителем изучаемого иностранного языка, является очень важным и актуальным аспектом международных отношений, так как сейчас, в эпоху глобализации расширяются экономические, культурные, политические и пр. контакты между народами и странами.

Целью исследования является выявление самых распространенных особенностей в коммуникативном поведении англичан и американцев.

Материал и методы. В качестве основного метода исследования используется общенаучный метод критического анализа литературы по проблеме исследования, а также приемы сравнения и систематизации эмпирических и теоретических данных, почерпнутых из следующих научных источников по проблеме исследования: «Очерк американского коммуникативного поведения» [1], «Наблюдая за англичанами: скрытые правила поведения» [2], «Oxford guide to British and American culture» [3].

Результаты и их обсуждение. Манеры общения в британской и американской лингвокультурах значительно отличаются. Это можно заметить на примере любого разговора с американцем, в ходе которого, вы сразу заметите основную коммуникативную особенность этого народа – прямолинейность. Более сдержанным европейцам их