

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Кафедра теории и практики перевода

Карпушенко Юлия Игоревна

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ
В ЭПОХУ ПОСТМОДЕРНА
(в англоязычном медиaprостранстве)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат психологических наук,
доцент О.И. Уланович

Допущена к защите

«___» _____ 2022 г.

Зав. кафедрой теории и практики перевода,
кандидат филологических наук,
доцент Т.В. Никитенко

Минск, 2022

РЕФЕРАТ

Дипломная работа 81 стр., 2 главы, 1 рисунок, 1 приложение, 59 источников.

Ключевые слова: МЕДИАКОММУНИКАЦИЯ, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ, ПОСТМОДЕРН, МОДЕРН, ПОСТМОДЕРНИЗМ, МЕДИАРИТОРИКА, МЕДИАРИТОР, ИРОНИЯ, ДЕКОДИФИКАЦИЯ, ИНВЕКТИВИЗАЦИИ, ЭСТЕТИЗАЦИЯ, ДИСФЕМИЗАЦИЯ.

Объект исследования: медиакommunikация в эпоху постмодерна.

Цель исследования: выявить и дефинировать тенденции развития медиакommunikации в эпоху постмодерна (на материале англоязычных медиа).

Методы исследования: понятийный анализ, дискурс-анализ, контекстуально-семантический и интерпретационный анализ, стилистический анализ, статистический метод.

Полученные результаты и их новизна. Исследование особенностей проявления постмодернистского мировоззрения в современной медиакommunikации позволило нам установить следующие ключевые тенденции её развития: а) иронизм, б) декодификация и инвективизация, в) эстетизация и г) дисфемизация. Иронизм – преподнесение в медиа явления через подчеркивание его двусмысленности, насмешка или антифразис, что сопряжено с демонстрацией скептического отношения и идейно-эмоциональной (чаще негативной) оценки. Декодификация и инвективизация обнаруживаются в либерализации речи, разрушении канонов институциональности в общении, в порождении антиязыка и экспансии просторечия, сленга, жаргона, инвективы в современный язык медиа. Эстетизация постмодернистской медиариторики проявляется в использовании риториками образно-выразительных стилистических средств и эмоционально-оценочных экспрессивных элементов. Дисфемизация – процесс, предполагающий использование прямолинейных, нетактичных, часто грубоватых и резких выражений, оценок, определений, которые в медиариторике могут рассматриваться как нарушающие норм культуры речи.

Практическая значимость исследования и область применения.

Результаты исследования могут быть использованы для верной интерпретации интенций медиариторов и декодирования закладываемых в речи посылов. Знание выявленных нами тенденций развития медиариторики и реализующих их риторических средств позволит общественным и медийным деятелям грамотно реализовывать стратегии своего речевого поведения и решать коммуникативные задачи в русле динамики развития медиакommunikации. Полученные результаты могут способствовать дальнейшему развитию исследований медийного дискурса в разных областях гуманитарных наук. Экспериментальный материал, представленный в работе и в приложении, может использоваться в учебных целях в ходе преподавания таких дисциплин, как «Язык СМИ» и «Медиариторика».

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца 81 стар., 2 главы, 1 рысунак, 1 дадатак, 59 крыніц.

Ключавыя словы: МЕДЫЯКАМУНІКАЦЫЯ, ТЭНДЭНЦЫІ РАЗВІЦЦЯ, ПОСТМАДЭРН, МАДЭРН, ПОСТМАДЭРНІЗМ, МЕДЫЯРЫТОРЫКА, МЕДЫЯРЫТАР, ІРОНІЯ, ДЭКАДЫФІКАЦЫЯ, ІНВЕКТЫВІЗАЦЫЯ, ЭСТЭТЫЗАЦЫЯ, ДЫСФЭМІЗАЦЫЯ.

Аб'ект даследавання: медыякамунікацыя ў эпоху постмадэрна.

Мэта даследавання: выявіць і дэфініраваць тэндэнцыі развіцця медыя камунікацыі ў эпоху постмадэрну (на матэрыяле англамоўных медыя).

Метады даследавання: паняццыйны аналіз, дыкурс-аналіз, кантэкстуальна-семантычны і інтэрпрэтацыйны аналіз, стылістычны аналіз, статыстычны метада.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Даследаванне асаблівасцяў праяўлення постмадэрнісцкага светапогляду ў сучаснай медыякамунікацыі дазволіла нам вызначыць наступныя ключавыя тэндэнцыі яе развіцця: а) іранізм, б) дэкадыфікацыя і інвектывізацыя, в) эстэтызацыя і г) дысфэмізацыя. Іранізм – паднясенне ў медыя з'явы праз падкрэсліванне яе двухсэнсоўнасці, насмешка або антыфразіс, што спалучана з дэманстрацыяй скептычных адносін і ідэйна-эмацыйнай (часцей негатыўнай) ацэнкі. Дэкадыфікацыя і інвектывізацыя выяўляюцца ў лібералізацыі прамовы, разбурэнні канонаў інстытуцыйнасці ў зносінах, у спараджэнні антымовы і экспансіі прастамоўі, слэнгу, жаргону, інвектывы ў сучасную мову медыя. Эстэтызацыя постмадэрнісцкай медыярыторыкі выяўляецца ў выкарыстанні рытарамі вобразна-выразных стылістычных сродкаў і эмацыйна-ацэначных экспрэсіўных элементаў. Дысфэмізацыя – працэс, які прадугледжвае выкарыстанне прамалінейных, нетактоўных, часта грубаватых і рэзкіх выразаў, ацэнак, азначэнняў, якія ў медыярыторыке могуць разглядацца як парушэння норм культуры мовы.

Практычная значнасць даследавання і вобласць прымянення. Вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны для дакладнай інтэрпрэтацыі і тэндэнцыі медыя рытараў і дэкадавання закладаных ў прамовы пасылаў. Веданне выяўленых намі тэндэнцый развіцця медыярыторыкі і іх рытарычных сродкаў рэалізацыі дазволіць грамадскім і медыйным дзеячам граматычна рэалізоўваць стратэгіі сваіх маўленчых паводзін і вырашаць камунікатыўныя задачы адпаведна да дынамікі развіцця медыякамунікацыі. Выяўленыя і дэфініраваныя намі тэндэнцыі могуць спрыяць далейшаму развіццю даследаванняў медыйнага дыскурсу ў розных галінах гуманітарных навук. Эксперыментальны матэрыял, прадстаўлены ў працы і ў дадатку, можа выкарыстоўвацца ў навучальных мэтах у ходзе выкладання такіх дысцыплін, як «Мова СМІ» і «Медыярыторыка».

ABSTRACT

Diploma project 81 pp., 2 chapters, 1 supplement, 1 chart, 59 sources.

Keywords: MEDIA COMMUNICATION, DEVELOPMENT TRENDS, POSTMODERN, MODERN, POSTMODERNISM, MEDIA RHETORIC, MEDIARITOR, IRONY, DECODIFICATION, INVECTIVIZATION, AESTHETICIZATION, DYSPHEMIZATION.

The object of the study: media communication in the postmodern era.

The aim of the research: to identify and define the development trends of media communication in the postmodern era (on the English-language media material).

Methods used in the research: conceptual analysis, discourse analysis, contextual-semantic and interpretive analysis, stylistic analysis, statistical method.

The results obtained and their novelty. The study of the peculiarities of the postmodern worldview manifestation in modern media communication enabled us to identify the following key trends of its development: a) irony, b) decodification and invectivization, c) aestheticization and d) dysphemization. Irony – the presentation of a phenomenon in the media by emphasizing its ambiguity, mockery or antiphrasis, which is entailed the demonstration of a skeptical attitude and an ideological and emotional (often negative) evaluation. Decodification and invectivization are found in the liberalization of speech, the destruction of the canons of institutional communication, the emergence of anti-language and the expansion of vernacular, slang, jargon and invective into modern media language. Aestheticization of the postmodern media is manifested in the ritors' usage of figurative and expressive stylistic means and emotional and evaluative evocative elements. Dysphemization – a process that involves the use of direct, insensitive, often rude and rough expressions, assessments, and definitions, which can be considered as violating the norms of speech culture in media rhetoric.

The practical value of the research and spheres of application. The results obtained can be used for the correct interpretation of mediaritors' intentions and for decoding the messages embedded in the speech. The knowledge of the identified media rhetoric development trends and rhetorical means of their implementation may allow public and media figures to perform their speech behavior strategies efficiently and to solve communicative tasks in line with the dynamics of media communication development. The identified and defined trends can contribute to the further development of media discourse research in various fields of the humanities. The experimental material presented in the project and in the supplement can be used for educational purposes in the teaching of such disciplines as "Media Language" and "Media Rhetoric".