**Мультимодальность убеждения в медиадискурсе (на материале русского и английского языков)**

***Бакараева Анастасия Андреевна***

*Аспирант*

*Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова*

*Нижний Новгород, Россия*

*E-mail: nastena.bakaraeva@mail.ru*

Современные средства массовой информации прочно вошли в нашу жизнь. Языковой материал СМИ представляет собой особый вид дискурса – медиадискурс – «совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всей сложности их взаимодействия» [3]. Отличительная черта медиадискурса заключается в ярко выраженной эмотивности, обусловленной стремлением говорящих заинтересовать адресатов сообщений, убедить их в значимости и достоверности передаваемой информации. Придание текстам дополнительной эмоциональной окраски возможно благодаря мультимодальному характеру коммуникации – одновременному использованию как вербальных, так и невербальных средств общения [4]. Выбор лексических единиц с дополнительной коннотацией, интонационное оформление высказываний, активная жестикуляция придают убедительности сообщению, способствуют достижению желаемого эффекта.

Цель настоящего исследования состоит в проведении комплексного сравнительно-сопоставительного анализа вербальных и невербальных средств общения, применяемых носителями русского и английского языков с целью убеждения в рамках медиадискуса. Задачами являются выявление, описание и сравнение таких средств. Материалом для исследования послужили событийные новостные репортажи спортивной тематики (хоккей и футбол) на русском и английском языках. В работе были использованы описательный, сопоставительный и корпусный методы, также был применён спектральный анализ аудиоматериалов в программе Praat.

Анализ конкретных примеров медиадискурса показал следующее: лексику, используемую в репортажах, можно разделить на три группы: нейтральные единицы, спортивные термины и эмоционально окрашенные лексемы. Употребление терминов («защитник», «гол», “score” “shots”) подчеркивает профессионализм говорящего, вследствие чего текст звучит более убедительно. Кроме того, как русскоязычные, так и англогоязычные спортивные комментаторы используют большое количество эмоционально окрашенных лексических единиц для привлечения внимания зрителей. При этом слова и выражения, употребляемые в тексте репортажей, обладают ярко выраженной положительной коннотацией («здорово», «блестяще», «перспективный», “celebrating”, “perfect”, “great”). Выбор лексических единиц позволяет подчеркнуть важность описываемых событий, убедить потенциальную аудиторию в их значимости. Однако, наряду с положительно окрашенной лексикой в текстах репортажей (в меньшем количестве) встречаются лексемы с отрицательной коннотацией («опасно», “vulnerable”). Использование таких слов помогает подчеркнуть эмоциональную напряжённость ситуации, передать атмосферу соревнования, борьбы. Также русскоязычный текст отличает употребление разговорной лексики («классный», «заправский»), что позволяет сократить дистанцию между комментатором и зрителями. Более того, в репортаже на русском языке особого внимания заслуживают метафорческие устойчивые выражения, применяемые для убеждения зрителей в профессионализме и высокой работоспособности спортсменов («свежая кровь» (о молодых талантливых спортсменах), «не знакома горечь поражения»).

В отношении интонационной организации высказываний важно отметить, что, как для русскоязычных, так и для англоязычных комментаторов характерен быстрый темп речи. В то же время в репортажах на английском языке выявлено большее количество пауз, тогда как в русскоязычных текстах темп высказывания более ровный. Для выделения основной мысли высказывания в русском языке используется сочетание восходящего, нисходящего и ровного тонов; такой выбор интонационной конструкции позволяет усилить эмоциональную оценку описываемой ситуации и сильнее убедить зрителей в её важности. Напротив, в английском языке сходную функцию выполняет повышение тона голоса и увеличение громкости. При перечислениях действий и заслуг игроков в русском языке используется комбинация ровного и восходящего тонов, которое в сочетании с эмоционально окрашенной лексикой способствует усилению оценочности. В английском языке для перечислений, как правило, применяется восходящий тон. В целом, следует отметить, что изменение тона голоса в англоязычном аудиотексте более ярко выражено.

Мимика и жесты, используемые русскоязычными и англоязычными комментаторами, во многом схожи. К примеру, с целью привлечения внимания зрителей, говорящие изменяют направление взгляда. Однако взгляд носителей английского языка направлен прямо на потенциального зрителя, тогда как носители русского языка время от времени отводят взгляд в сторону от предполагаемого собеседника. Подобные особенности невербальной коммуникации обусловлены расхождениями в менталитете говорящих [2]. Кроме того, англогоязычные комментаторы, желая заинтересовать аудиторию, используют жест, более характерный для их культуры – указательный палец, поднятый вверх. Для выделения основной мысли сообщения и усиления эмоциональной оценки передаваемой информации носителями обоих языков применяются синхронные движения рук. Ритмичные движения рукой соотносятся с паузами в речи ведущих. Важно подчеркнуть, что интенсивность жестов во многом определяется темпераментом говорящего и носит скорее индивидуальный, нежели культурно-специфичный характер.

В заключение следует отметить, что вербальные и невербальные средства коммуникации дополняют друг друга. Становится понятным, что лексические единицы, используемые носителями русского и английского языков с целью убеждения, совпадают по эмоциональной окраске и различаются главным образом по стилистическим характеристикам. Выбор интонационного оформления высказывания специфичен для каждого из языков. Мимика говорящих отражает важные культурные различия, тогда как их жесты преимущественно носят универсальный характер.

**Литература:**

1. Брызгунова Е.А*.* Звуки и интонация русской речи. М.: Рус. яз. 1977.
2. Дворак Е.В., Суворова Е.А. Отличительные особенности невербальных средств общения в русской и англоязычной культурах // Новости науки. 2019
3. ДобросклонскаяТ.Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики // Медиалингвистика. 2015, Типология медиаречи, №1.
4. Кибрик А.А. Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования. Сборник научных трудов. М.: Институт психологии РАН. 2010.
5. O’Connor J.D., Arnold G.F. Intonation of Colloquial English. London: Longman. 1978.