

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

Кафедра английского языка  
и методики его преподавания

**НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИАДИСКУРСА  
В БРИТАНСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЕ**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ  
БАКАЛАВРА

Студентки 4 курса 414 группы  
направления 44.03.01 Педагогическое образование  
профиль – «Иностранный язык»  
факультета иностранных языков и лингводидактики  
Самсоновой Алины Александровны

Научный руководитель  
доцент кафедры английского языка и  
методики его преподавания  
канд. филол. наук, доцент

\_\_\_\_\_

Т .И. Сосновцева

дата, подпись

Зав. кафедрой  
английского языка  
и методики его преподавания  
канд. пед. наук, доцент

\_\_\_\_\_

Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2022

**Введение.** *Актуальность* данной работы обусловлена необходимостью дальнейшего изучения особенностей построения и подачи информации в англоязычных СМИ, так как лингвистические характеристики исследуемого материала динамично меняются с течением времени.

*Целью исследования* является выявление закономерностей использования различных языковых средств при подаче информации в британском и американском медийном дискурсе.

*Объектом исследования* являются особенности языковой организации медийного дискурса.

В качестве *предмета исследования* выступают особенности организации и способы подачи информации в британском и американском медийном дискурсе.

*Гипотеза исследования* особенности организации медийного дискурса в британских и американских СМИ определяют различное восприятие информации в зависимости от используемых средств.

Для достижения поставленных цели необходимо решить след *задачи*:

1. Рассмотреть медиадискурс, его функции и виды.
2. Изучить особенности газетно-публицистического стиля, характерные для СМИ Великобритании и США.
3. Проанализировать способы и особенности подачи информации в британских и американских СМИ.

*Методологической и теоретической базой исследования* послужили работы российских и зарубежных ученых, таких как: Э. Бенвенист, П.Я. Гальперин, Ю.С. Степанов, В.М. Чернявский, Т.А. ван Дейк, В.Г. Костомаров и др.

*Материал исследования* составил тексты британских и американских печатных СМИ: The Guardian, The Daily Mail, The Independent, The Telegraph, The

Express, The USA Today, The New York Times, The New York Daily News, The Washington Post.

В работе использовались следующие *методы* анализа: изучение теоретического материала по проблеме исследования, контекстуальный, лингвокультурологический, дискурсивный, сравнение и описание.

*Научная новизна* исследования заключается в том, что в нем систематизированы теоретические подходы к организации медийного дискурса.

*Теоретическая значимость* данного исследования определяется тем, что в работе анализируются особенности и выявляются факторы, определяющие специфику языковой организации медийного дискурса в британских и американских сми.

*Практическая значимость* работы заключается в том, что материалы и выводы проведенного исследования могут быть использованы в специализированных курсах по изучению языка англоязычных сми.

*Структура* работы определяется задачами исследования и логикой раскрытия темы. Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемых источников.

*Во введении* обосновывается актуальность исследования, формулируются цель и задачи определяются методы исследования его теоретическая и практическая значимость.

*В первой главе* рассматривается теоретическое обоснования анализа медийного дискурса, рассматривается дискурс как объект лингвистических исследований, выявляются особенности медиадискурса.

*Во второй главе* рассматриваются особенности организации медийного дискурса в газетах Великобритании и США.

*В заключении* подводятся общие итоги работы и делаются основные

ВЫВОДЫ.

Список используемых источников включает в себя 69 наименований работ отечественных и зарубежных авторов по проблеме исследования.

**Основное содержание.** В первой главе основной части работы рассматриваются особенности организации медиадискурса. В частности, затрагиваются вопросы, новостного и Интернет-дискурса. Кроме того, рассматриваются факторы развития британского и американского английского языка в условиях глобализации.

Выявлено, что под медийным дискурсом понимаются взаимодействия, которые происходят через вещательную платформу, как в устной, так и в письменной форме, и при которых дискурс ориентирован на не присутствующего читателя, слушателя или зрителя.

Было установлено, что на условия дискурса в медийном пространстве в значительной степени влияет распространение английского языка. Оно напрямую связано с расширением языковых контактов, увеличением вариативности и распространением его функций в глобальном масштабе. Таким образом, функционирование стандартного британского и английского языка является достаточно противоречивым и многоаспектным процессом и может быть изучено только с учетом параметров современной глобальной языковой ситуации, которая, в свою очередь, может быть концептуализирована как сложная многоуровневая система, имеющая полевою структуру и находящаяся под влиянием социокультурных и экономических субъектов. Динамика этой системы может быть представлена в рамках двух сил: центростремительной и центробежной. Эти силы являются причиной определенных тенденций в развитии языка, таких как, например, централизация, масштабные заимствования и вариативность. Наличие этих тенденций характерно для всех уровней и подуровней данной системы.

Была рассмотрена структура дискурса, выделены три уровня значения, а именно:

Текст: на этом уровне основное внимание уделяется изучению формальных особенностей текста, таких как словарный запас, грамматический синтаксис или специфическая лексика, фразы, предложения, рисунки, изображения, схемы или их комбинация (мультимедиа).

Взаимодействие: взаимодействие – это способ оформления отношений между людьми и предназначенными для них объектами и, таким образом, способ оформления действий дизайнера. Это касается процесса производства текста и его интерпретации.

Контекст: контекст – это те аспекты обстоятельств фактического использования языка, которые считаются релевантными для значения, другими словами, контекст – это схематическая конструкция достижение прагматического значения – это вопрос согласования лингвистических элементов кода со схематическими элементами контекста. В дискурсе речь идет о более широких социальных и культурных условиях производства и интерпретации дискурса.

Рассмотрению подвергался интернет-дискурс, было выявлено, что интернет-дискурс как отдельный вид дискурса представляет собой совокупность разнородных текстов, оформленных лингвистическими и сверхлингвистическими средствами и существующих в определённых условиях, которые включают в себя психологические, социальные и культурные аспекты. Данный дискурс подразумевает комплексный подход к изучению.

Для лучшего понимания темы, был проведен анализ факторов развития британского и американского английского языка в условиях глобализации. Поскольку, используя для международного общения, английский язык включен в глобальную политическую деятельность и, по некоторым наблюдениям, используется в условиях глобализации как агент западного лингвистического империализма. Международный уровень представляет языковую ситуацию, характерную для современного глобализированного мира, где английский язык играет ведущую роль и дает возможность его

носителям участвовать в международном уровне экономической и социальной деятельности. Эту точку зрения можно подкрепить примерами, касающимися средств массовой информации и, в частности, Интернета как одного из основных факторов глобализации.

На основе полученных сведений было проведено исследование по выявлению влияния дискурса британских и американских медиа на восприятие различных явлений и событий. В частности, в исследовании была затронута тема политкорректности, для иллюстрации того, как формулировки, используемые в медиа, влияют на восприятие определенными группами людей различных явлений.

В качестве источников получения качественной информации и материала для исследования, мною использовались издания британских и американских газет: The Guardian, The Daily Mail, The Independent, The Telegraph, The Express, The USA Today, The New York Times, The New York Daily News, The Washington Post. Для проведения анализа политически корректной и некорректной лексики в публикациях, из данных источников было отобрано 143 британских и 97 американских статей. Кроме того, была рассмотрена динамика употребления политкорректных и не корректных терминов в архивах британских печатных СМИ с 1995 года до нашего времени (152 статьи). Выборка проводилась на основе наличия или упоминания в материале наиболее подверженных политической коррекции тем: гендерных аспектов, этнической принадлежности, людей с ограниченными возможностями здоровья.

Кроме того, на основе материалов в The Guardian и The Observer, было проведено сравнение рекомендуемой лексики и политически корректных терминов и их реальное употребление, путем сравнения частоты использования допустимой и недопустимой лексики. Был проведен отбор и анализ статей, с учетом контекста употребления соответствующих лексических единиц, который включал в себя определение тем статей, отношений к референтам и оценки предложенных ситуаций. На основе

полученных результатов была выявлена закономерность употребления политкорректных и не корректных лексических единиц в дискурсе британских и американских СМИ в разные годы.

Несмотря на тенденцию и рекомендации использования гендерно-нейтральных терминов, многие издания продолжают использование гендерно-окрашенные слова. Например, гендерно-нейтральный термин “*chairperson*”, не использовался ни в одной из рассмотренных статей. Так, в 7 американских и 10 британских авторы предпочитали использовать гендерно-окрашенные термины “*chairman*” и “*chairwoman*”. Несмотря на тенденцию к обозначению гендерной принадлежности, если речь идет о женщине, авторы 3 раза (1 раз в американском издании и 2 в британском) использовали слово “*chairman*”. “*The envelope’s return address bore the name of Debbie Wasserman Schultz, a Florida congresswoman and a former Democratic National Committee chairwoman, according to a person who saw a photograph of the envelope*”.

Тем не менее, проанализировав материалы разных лет, можно сделать вывод, что тенденция к использованию гендерно-нейтральных терминов возросла. Так, термин “*spokeperson*” использовался всего в 3-х случаях в начале 2000-х годов, тогда как гендерно-маркированных формы значительно преобладали, особенно в более ранних материалах: “*Steve Webb, the Liberal Democrats’ spokesman on social security, who represents North Avon, said: ‘We need to see some humanity from the Inland Revenue’*”. В более современных текстах в британских изданиях было выявлено 11 случаев и 3 в американских.

В то же время, стоит отметить, что гендерно-нейтральные местоимения, например “*general they*” или “*they*” референциальных титулов, политически корректные варианты одинаково часто используются как в британских, так и в американских СМИ.

Кроме того, было проведено сравнение британских и американских газетных заголовков на примере “*Megxit*”. Было проанализировано сорок

заголовков из десяти известных британских и американских газет, чтобы показать, как медиа-практики с разной идеологией передают новость о решении принца Гарри и Меган Маркл покинуть пост старших членов британской королевской семьи. В число британских газет входят: TheGuardian, TheTimes, TheSun, DailyMailи DailyMirror, в качестве американских СМИ были использованы такие издания как: NewYorkPost, NewYorkTimes, WashingtonPost, USATodayи ChicagoTribune. Все заголовки взяты в течение двухнедельного периода после объявления королевской семьи.

Дискурсивные средства, использованные в заголовках британских и американских газет для освещения новости о решении принца Гарри и Меган оставить королевские обязанности и работать для достижения финансовой независимости, подчеркивают различия в британских и американских медиа-политических установках и идеологиях. Анализ дискурсивных средств журналистов и редакторов, выбор лексики, активные и пассивные структуры, прямые и косвенные цитаты, стратегии именования и обращения к эмоциям, раскрывает эти идеологии.

Заголовки британских газет используют пресуппозиции, чтобы повлиять на своих читателей. Они используют фактивные пресуппозиции, как, например, в заголовке *“HarryandMeghanquitrolesamid Palace split”*, который предполагает, что у Гарри и Меган есть роли и обязанности, которыми они решили пренебречь и не считаться. Такие заголовки, как *“Queen wasnottoldbeforeannouncementmade”*, *“Queen wasforcedtophoneHarry”* и *“Herpleashtatwereignored”*, изображают королеву опустошенной и беспомощной и вызывают эмоции сочувствия к королеве, в отличие от эмоций раздражения по отношению к супругам, которые, согласно заголовкам британских газет, решили оставить свои королевские обязанности и уйти из семьи, не посоветовавшись с ними, и, наконец, проигнорировали мольбы королевы. Заголовки в пассивном залоге, такие как *“TheSussexesarecelebrated,*



*praisedandcriticizedinmemesandhottakesasshockannouncementsinksin”*,

используются, чтобы пролить свет на реакцию на решение пары, которое является спорным.

Американские заголовки также в основном используют активный залог, в большинстве заголовков Гарри и Меган выступают в роли агентов. Однако активный залог используется не для того, чтобы поставить агентов в центр обвинения или нападок, а скорее для того, чтобы изобразить их как сильных и независимых людей, чье решение не просто оправдывается, а скорее отмечается и восхваляется. Гарри и Меган, «уходят из королевской семьи в простолюдины», «стремятся отойти от дел в качестве старших королев» *“leaveroyalsforcommonerlife”*, *“aimtostepbackasseniorroyals”*, потому что они «хотят быть финансово независимыми» *“wanttobefinanciallyindependent”*, что ценится в американской культуре.

Этот пример, иллюстрировал влияние использования определенных грамматических конструкций на восприятие материала. Британские и американские газетные заголовки по-разному используют одни и те же дискурсивные инструменты, чтобы сообщить об одной и той же новости с двух разных точек зрения. Однако британские газеты негативно представляют и атакуют агентов, уделяя особое внимание Меган, которую прямо обвиняют в сложившейся ситуации. Негативное влияние их решения на монархию подчеркивается с помощью грубой лексики и эмоционального языка, которые активно используются не только для привлечения внимания читателя, но и для того, чтобы вызвать чувство симпатии к королеве. В заголовках используется прямая речь, чтобы усилить драматический эффект ситуации и сделать положение королевы более личным для публики, которой постоянно напоминают, что все это произошло без ведома или одобрения королевы, а также о том, как Гарри и Меган покидают королеву и как Гарри и Меган не оставили ей другого выбора, кроме как неохотно уступить им, как говорится в заголовке Daily Mirror.

Американские заголовки полагаются на активную структуру с Гарри и Меган в качестве агентов. Однако их поступок приветствуется и одобряется. Их потеря титулов, привилегий и денег для того, чтобы иметь возможность работать и обрести финансовую независимость, подчеркивается с помощью нагруженной лексики. В отличие от британских заголовков, в них не используется эмоциональная лексика или прямая речь, поскольку их цель – рационализировать решение принца Гарри и Меган, а американские читатели не заинтересованы в том, чтобы узнать о чувствах британской королевы или о том, что она хочет сказать. Американские заголовки также предпочитают называть Гарри и Меган по их титулам и ролям, чтобы привлечь внимание читателя, и потому что американский читатель может быть не знаком с именами британских королевских особ.

**Заключение.** Приведённое исследование подтверждает, что новости выполняют важнейшую структурирующую функцию, являясь стержневым компонентом массмедийного дискурса, вокруг которого выстраивается весь остальной медиаконтент, можно сказать, что новости – это несущая опора пространственно-временной организации нескончаемого потока медиаматериалов. Доминирующую роль новостных текстов в общем корпусе массмедийного дискурса естественно отражает одну из основных функций массовой коммуникации – информационную. Осознание ключевой роли информационно-новостной деятельности как в формировании картины мира, так и в укреплении позиций национальной лингвокультуры привело к тому, что в последнее десятилетие целый ряд стран запустил специальные проекты новостного вещания на английском языке, целью которых является распространение влияния своих лингвокультур в мировом информационном пространстве.

Средства массовой коммуникации характеризуются определенной направленностью, многоаспектностью, вариативностью, нормативностью. В связи с тем, что СМИ имеют публичный и массовый характер, они должны, обеспечивая потребности общества в целом и отдельных социальных групп,

вызывать интерес в широких массах населения, которые состоят из конкретных людей, со своими собственными желаниями, потребностями, интересами. Для того, чтобы реализовать свои социальные функции по обслуживанию интересов общества в целом и разных социальных групп отдельно, массовая коммуникация должна учитывать потребности, психологические особенности людей, условия социокультурного пространства, в котором они проживают.

Характерными чертами прагматичной направленности медийных текстов выступают их лексические показатели, под которыми понимаем лексический элемент публицистического стиля, который имеет очевидно языковое выражение, функциональное назначение, и характеризуется наличием коррелятивного признака. В статьях часто встречаются политические и социальные реалии что включают в себя названия местных административных учреждений, органов управления, должностей, и реалии, которые касаются сугубо социальной и политической жизни страны. Следовательно, языковые особенности английских медийных текстов обуславливаются их функциональным назначением – подачей материала в как можно более сенсационном виде с целью привлечения большего количества читателей, то есть обеспечением нормального функционирования самой газеты. Американский вариант не имеет статуса отдельного языка и его рассматривают как особенный, отдельный вариант английского, на которой общаются в Соединенных Штатах. Американский вариант английской языка-метрополии рассматривают как особенный социальный диалект, который в силу политических, экономических и культурных обстоятельств трансформировался в новый вариант английского языка на американском континенте, не в нарушение его языковой системы. Язык, как другие важные сферы человеческого поведения медленно, однако непрерывно, эволюционирует от старых к новым формам. Когда разные группы людей, носителей одного языка разделяют географические,

политические или социальные барьеры, каждая группа постепенно развивает свой собственный вариант языка, который называем диалектом.

Тексты англоязычной прессы дают чрезвычайно богатый материал для исследования лексических и грамматических отличий британского и американского вариантов английского языка.

Кроме того, изучение институциональных видов общения находится в центре внимания социолингвистики, прагмалингвистики и лингвистики текста, вместе с тем медиадискурс как один из видов институционального общения освещен в лингвистической литературе недостаточно.

В результате проведенного исследования представляется возможно отметить, что, основываясь на различных культурных, социальных и политических предпочтениях, СМИ преподносят одни и те же события по-разному, что также может оказать влияние на восприятие ситуации представителями разных групп и культур. Британские и американские газетные заголовки по-разному используют одни и те же дискурсивные инструменты, чтобы сообщить об одной и той же новости с двух разных точек зрения.