

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДИСКУРСА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

**Оськина Олеся Сергеевна**

магистрант, Тверской государственный университет, РФ, г. Тверь

**Залевская Александра Александровна**

научный руководитель, проф., д-р филол. наук, Тверской государственный университет, РФ, г. Тверь

Появление новых информационных технологий, глобализация информационного пространства и бурное развитие СМИ во второй половине XX в. стали привести к тому, что российские и зарубежные лингвисты в своих работах все чаще анализируют функционирование языка в сфере массовой коммуникации и интересуются самыми разными аспектами использования языка в СМИ. В ходе исследований полученные знания оформляются в новое направление – медиалингвистику, в рамках которой предлагается системный комплексный подход к изучению языка СМИ. В настоящее время под языком СМИ понимаются: совокупность текстов, создаваемых и распространяемых средствами массовой информации; устойчивая внутриязыковая система с присущими ей лингвистическими характеристиками; уникальная многоуровневая знаковая система, в которой наряду с ее вербальной составляющей сочетаются аудиовизуальные компоненты, причем у каждого из средств массовой информации они свои. Медiateксты обладают рядом отличительных признаков, к которым относятся:

- ориентацию на массовую аудиторию;
- динамичность, определяемую многоаспектностью контакта автора и аудитории;
- многомерность, обусловленная наличием в анализируемых текстах внутритекстового, надтекстового и гипертекстового уровней.

Язык СМИ обладает определенными предпосылками для манипулирования общественным сознанием. Манипулятивный потенциал обуславливается установкой этого вида дискурса. Его цель – завоевание, реализация и сохранение власти. Задача медiateкста – воздействие на формирование общественного мнения. Достижение цели и задачи обеспечивается тем, что дискурс СМИ – коммуникативное явление, а любое общение – это целенаправленное воздействие.

Анализ медiateкстов, входящих в состав британского медиадискурса, в ходе которого были изучены 20 статей, размещенных на официальных сайтах газетных изданий The Times, The Guardian и Daily Telegraph позволил выявить некоторые отличительные особенности современного медиадискурса, такие, как невербальное воздействие на читателя (графическая сегментация текста и его расположение, типографические знаки, рисунки, фотографии, таблицы, схемы и тд.).

В данной статье будут рассмотрены некоторые лингвистические особенности онлайн-СМИ (онлайн-версий печатных СМИ, например сайты таких британских газет, как The Times и The Guardian).

Ключевая особенность онлайн-текстов – небольшой размер, а просмотр и чтение и комментирование новостей является основным способом общения читателей с онлайн-СМИ.

Существуют специальные новостные агрегаторы (англ. aggregate «собирать»), например Яндекс Новости, Google News, Yahoo News и др., в основе которых лежит принцип отбора наиболее популярных и комментируемых новостей, опубликованных на авторитетных ресурсах. Главный автор этих новостных СМИ – поисковая машина, которая отбирает публикации в соответствии с запросами конкретных пользователей или всей Интернет-аудитории. По данным Pew Internet, просмотр новостных агрегаторов у читателей занимает значительно меньше времени, чем просмотр сайтов газет. Этот факт свидетельствует о том, что большинство читателей бегло просматривают описание статьи и заголовки и поисковая машина направляет их на сайт только в случае если читатель хочет подробнее ознакомиться с публикацией. Следовательно, цель заголовков – привлечение внимания пользователей, например посредством включения в них популярных ключевых слов. Возьмем заголовки из таких газет, как The Times и The Guardian: "After Palmyra, the message to Isis: what you destroy, we will rebuild" (the guardian); "Palmyra will rise again. We have to send a message to terrorists"; "Cyberattack alert for candidates"; "To save the oceans use more plastic"; "Four arrests over London terror plot". Цель включения таких слов как "terrorists" "terror", "attack" – сделать заголовки популярным поисковым запросом. За счет частых трансляций новостей о различных катастрофах, бедствиях, преступлениях и прочих криминальных происшествиях на территории не только России, но и всего мира. Сознание человека, который погружен в такой дискурс со временем криминализируется, постепенно становится подавленным, боязливым, жестоким. То есть использование негативной лексики подстраивает под себя сознание и мышление его аудитории.

Авторы статей современного медиадискурса имеют тенденцию добиваться как можно более высокого уровня доступности излагаемой информации, в следствии чего происходит имитация синтаксических конструкций, свойственных разговорному стилю, также применение лексических единиц, принадлежащих к разговорному, сленговому стилю.

Также в медиатекстах более часто используются стилистические приемы, обеспечивающие художественную выразительность за счет лексических средств.

В англоязычном медиадискурсе активно применяются грамматические средства достижения стилистической экспрессивности. Например, вставные конструкции применяются с целью моментальной передачи отношения автора к затрагиваемой проблеме.

Характерной чертой медиатекстов современного английского языка является обилие сокращений и аббревиатур (EU, UNESCO, WTO и т.д.), а также заимствований из других языков (были выявлены заимствования из французского и немецкого языков), применение единиц окказиональной, профессиональной лексики и неологизмов, ссылка на другие источники: "UK needs more immigrants to 'avoid Brexit catastrophe'". (The Guardian).

Еще одной отличительной чертой в рассматриваемом типе текстов стало широкое использование чисел, как в заголовках, так и в самих текстах. Согласно исследованиям колумниста The Guardian Алекса Бело, что использование чисел особенно в заголовках статей повышает их привлекательность для читателей, так как подобная информация кажется более профессиональной и точной.

Для иллюстрации вышеизложенного приведем отрывок из статьи, размещенной на сайте издания The Guardian:

"The Palmyra ruins pale in comparison with the more than 400,000 people killed and millions displaced over the course of Syria's six-year crisis. But the systematic attempt to destroy the ancient site has been described by the UN as a war crime that, according to Abdulkarim, was intended to terrorise the Syrian people. "Destroying our heritage is the same as killing a child," he said."

С точки зрения лингвистики, в данном отрывке можно увидеть использование аббревиатур, пассивных конструкций, экспрессивной лексики. Использование цифр и цитирование придает статье большую убедительность.

Язык масс-медиа обогащает и обновляет язык социума, расширяет лексикон и насыщает речь

оценочными оборотами. Можно утверждать, что публицистический стиль является доминантным в языке СМИ в его устной и письменных формах, а слияние книжности и разговорности придают особую специфику.

Тексты СМИ служат, в первую очередь, средством формирования и изменения сознания адресата, а адресатом в настоящее время является не только отдельная личность, а прежде всего определенные социальные группы, члены которых имеют сходные социокультурные характеристики. Модель мира, существующая в коллективном сознании, имеет регулятивный характер, то есть определяет поведение групп. Процесс коммуникации СМИ призван формировать систему ценностей отдельных групп и выражать отношения между ними.

Анализ практического материала показал, что для языка англоязычных медиатекстов свойственно следующее: широкое использование сокращений, цитат, интернациональных слов и неологизмов, безличных конструкций, клише, опущение вспомогательных глаголов в заголовках и т.д.

### **Список литературы:**

1. Арнольд, И.В. Стилистика. Современный английский язык. Учебник для вузов. – М.: Флинта: Наука, 2002. 4.
2. Иванова С.В. Лингвокультурология и лингвокогнитология: сопряжение парадигм. Уфа: РИО БашГУ, 2004. С. 15.
3. Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: Дис. д-ра филол. наук. – Барнаул, 2003 – 431 с.
4. Ким М.Н. Новостная журналистика. – СПб: Издательство Михайлова В.А., 2005.
5. Кулаков А.Н. Заголовок и его оформление в газете. – Л, 1982.
6. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. Яревой В. Н. V: Советская энциклопедия, 1990.
7. Словарь лингвистических терминов / Под ред. Ахмановой О.С. – М.: Советская энциклопедия, 1966.
8. Daily Telegraph, URL: [http:// www.telegraph.co.uk](http://www.telegraph.co.uk) (дата обращения 18.04.2017).
9. Guardian, URL: [http:// www.guardian.co.uk](http://www.guardian.co.uk) (дата обращения 25.04.2017).
10. Independent, URL: [http:// www.independent.co.uk](http://www.independent.co.uk) (дата обращения 03.05.2017).
11. Times, URL: <http://www.timesonline.co.uk> (дата обращения 14.04.2017).
12. USA Today, <http://www.usatoday.com> (дата обращения 02.05.2017).