

*На правах рукописи*



**БАЖЕНОВА ЕКАТЕРИНА ЮРЬЕВНА**

**ДИСКУРСИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ  
В НОВОСТНЫХ ТЕКСТАХ БРИТАНСКИХ СМИ  
(НА МАТЕРИАЛЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-ГАЗЕТ)**

Специальность 10.02.04 – германские языки

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Благовещенск – 2015

Работа выполнена на кафедре перевода и межкультурной коммуникации факультета международных отношений ФГБОУ ВПО «Амурский государственный университет».

**Научный руководитель:** **Менджеричкая Елена Олеговна**,  
кандидат филологических наук, доцент,  
доцент кафедры английского языкознания  
филологического факультета  
ФГОУ ВО «Московский государственный  
университет имени М. В. Ломоносова»

**Официальные оппоненты:** **Голубкова Екатерина Евгеньевна**,  
доктор филологических наук, профессор,  
профессор кафедры лексикологии английского языка  
факультета гуманитарных и прикладных наук  
ФГБОУ ВПО «Московский государственный  
лингвистический университет»

**Линдберг Екатерина Сергеевна**,  
кандидат филологических наук,  
старший преподаватель кафедры иностранных языков  
экономического факультета  
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

**Ведущая организация:** ФГБОУ ВПО «Благовещенский государственный  
педагогический университет»

Защита диссертации состоится 19 февраля 2015 г. в 14 часов на заседании диссертационного совета Д 501.001.80 при Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова по адресу: 119991, г. Москва, ГСП 1, Ленинские горы, МГУ имени М. В. Ломоносова, 1-й учебный корпус, филологический факультет.

С диссертацией можно ознакомиться в диссертационном читальном зале библиотеки ФГОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова», а также на официальном сайте филологического факультета МГУ, адрес сайта: <http://www.philol.msu.ru>.

Автореферат разослан 19 декабря 2014 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
доктор филологических наук  
профессор



Т. А. Комова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая диссертация посвящена рассмотрению стратегий представления информации в новостных текстах британских качественных Интернет-газет. Сетевые новостные тексты реализуют главную функцию СМИ – сообщение массовой аудитории о том, что происходит в мире. В связи с этим авторы стремятся обеспечить максимальную информативность сетевых новостных текстов, делая их комплексным источником знания как непосредственно о новостном факте, так и о смежных, связанных с ним событиях. Одновременно с этим, сетевые новостные тексты реализуют функцию воздействия на адресата, поскольку авторы пытаются оказывать влияние на восприятие и оценку читателями информационных сообщений. Такое воздействие имеет особенный – завуалированный – характер, поскольку статус качественного издания предполагает, что автор ориентируется на образованную читательскую аудиторию, способную анализировать материал и выявлять попытки навязывания определенной точки зрения на события.

В современной лингвистике функциональная перспектива текста, его коммуникативное назначение и когнитивная обусловленность выходят на первый план. Языковая составляющая текста связывается с экстралингвистическими факторами его создания и реализации, что предполагает учет ситуации общения, а также сопровождающих порождение и восприятие речи ментальных процессов в сознании коммуникантов.

Теоретической базой диссертационного исследования послужили работы отечественных и зарубежных авторов, выполненные в области лингвистики текста и теории дискурса (О. В. Александрова, Н. Д. Арутюнова, В. Г. Борботько, И. Р. Гальперин, А. А. Залевская, В. И. Карасик, В. В. Красных, М. Л. Макаров, Е. С. Кубрякова, van Dijk), медиадискурса (М. Н. Володина, Т. Г. Добросклонская, Е. О. Менджерицкая, А. А. Тертычный, В. А. Тырыгина, R. Fowler), функциональной стилистики (М. М. Бахтин,

Т. С. Дроняева, Л. Г. Кайда, А. А. Липгарт, Г. Я. Солганик), когнитивной науки (В. З. Демьянков, В. И. Карасик, А. А. Кибрик, Е. С. Кубрякова, В. А. Маслова, З. Д. Попова, Ю. С. Степанов, Л. В. Цурикова, G. Brown, G. Yule).

**Актуальность** данного исследования обусловлена возрастающим интересом лингвистов к дискурсу СМИ в его Интернет-варианте. В современном обществе СМИ являются основным источником актуальной информации о происходящих в мире событиях, что обуславливает их решающую роль в формировании общественного сознания.

Медиатексты, множество которых непрерывно производится и распространяется средствами массовой информации, создают медийную картину мира. Медийная картина мира – это ментальная модель действительности в сознании авторов и адресатов, возникающая в результате информационной деятельности социума, итог воздействия текстов СМИ на когнитивные структуры знания потребителя массовой информации.

Новостные тексты – наиболее часто воспроизводимые речевые формы медиадискурса – являются главным источником пополнения медийной картины мира. При этом сетевые новостные тексты, благодаря возможности Интернет-газет реагировать на происходящие события в режиме реального времени, обеспечивают одно из отличительных свойств медийной картины мира – ее динамичность. В связи с этим актуальным видится исследование дискурсивных стратегий представления информации, посредством которых осуществляется репрезентация событий в сетевом новостном тексте и воздействие на адресата.

**Целью** данного исследования является изучение дискурсивных стратегий представления информации в сетевом новостном тексте, относящемся к категории британской качественной прессы.

Дискурсивные стратегии представления информации рассматриваются на материале публикаций в рубрике «Politics», поскольку она включает большее количество статей по сравнению с другими разделами Интернет-газет. Это по-

зволяет проследить тенденции использования дискурсивных стратегий представления информации в сетевом новостном тексте.

Исходя из поставленной цели, в диссертации были сформулированы следующие **задачи**:

1) обобщить существующие в науке подходы к определению понятий «дискурс», в соответствии с которыми осуществляются современные исследования дискурса СМИ;

2) определить коммуникативную среду Интернет-газеты, оказывающую влияние на вербализацию содержания сетевого новостного текста и формирование медийной картины мира;

3) проанализировать формальные, содержательные, стилистические параметры структуры сетевого новостного текста;

4) построить и описать модель представления информации в сетевом новостном тексте как когнитивную структуру, в соответствии с которой осуществляется порождение и восприятие сетевого новостного текста;

5) выявить и проанализировать дискурсивные стратегии представления информации в сетевом новостном тексте, которые определяют законы его построения и восприятия в Интернет-версиях британских качественных газет.

**Объектом исследования** являются стратегии представления информации в новостном тексте, реализующемся в Интернет-газете.

В качестве **предмета исследования** рассматриваются дискурсивные стратегии представления информации в сетевых новостных текстах британской качественной прессы.

**Материалом исследования** послужили тексты новостного типа, опубликованные в британских Интернет-газетах «The Guardian», «The Telegraph», «The Times» в разделе «политика». Общее количество материала исследования – 700 текстов.

**Методика исследования** основана на комплексном подходе к анализу материала, что обусловлено многоаспектностью объекта – языка СМИ<sup>1</sup>. Все многообразие существующих подходов к изучению языка СМИ обусловлено междисциплинарной направленностью такого рода исследований, объединенных сформировавшимся в последнее десятилетие направлением медиалингвистики<sup>2</sup>.

Для решения поставленных цели и задач в работе используются следующие **методы исследования**: описательный метод, метод обобщения и систематизации материала; интерпретационный метод; контекстуальный и лингвостилистический анализ; метод количественных подсчетов; а также анализ дискурса, нацеленный на исследование текстуальной составляющей речевого произведения с учетом его коммуникативных параметров.

**Научная новизна** определяется тем, что дискурсивные стратегии представления информации в сетевом новостном тексте до настоящего времени не становились объектом исследования в лингвистике. Новым стало также выявление модификаций конвенциональной структуры новостного текста в Интернет-газете.

В работе впервые предпринята попытка рассмотреть элементы и уровни формально-содержательной структуры сетевого новостного текста с целью описания ментальной модели построения текста данного вида, хранящейся в памяти автора-журналиста и используемой им в процессе текстопорождения.

---

<sup>1</sup> Результатом таких комплексных исследований, проводимых на филологическом факультете МГУ им. М.В. Ломоносова, стало опубликование серии коллективных монографий: *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования* / Под ред. М. Н. Володиной. – М.: Изд-во МГУ, 2003; *Язык средств массовой информации* / Под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический проект, 2008; *Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке* / Под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический проект, 2011.

В них представлены такие аспекты изучения языка массовой коммуникации как функционально-стилистический, лингвопрагматический, когнитивно-дискурсивный, семиотический, герменевтический, риторический, психолингвистический, социологический, культурологический и другие.

<sup>2</sup> Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: новая парадигма в изучении языка СМИ / Т. Г. Добросклонская // *Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке* / Под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический проект, 2011. – С. 63.

В диссертационном исследовании вводится понятие медийной картины мира, понимаемой как ментальное отображение окружающей действительности, которое формируется и поддерживается средствами массовой информации, в первую очередь посредством новостных текстов.

**Теоретическая значимость** данного исследования определяется его вкладом в разработку когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистического знания. Представление информации в сетевом новостном тексте рассматривается как языковая объективация ментальной модели, которая включает образ события и используемые автором дискурсивные стратегии.

Теоретически значимыми являются результаты анализа и систематизации языкового материала, в ходе которых были выявлены дискурсивные стратегии представления информации в сетевом новостном тексте.

**Практическая ценность** работы заключается в возможности использования материала исследования в курсах стилистики английского языка и интерпретации текста, теории коммуникации и когнитивной лингвистики, а также в процессе преподавания практического курса английского языка с целью демонстрации современного речепотребления. Результаты исследования могут найти практическое применение при чтении курсов по основам творческой деятельности журналиста, при обучении написанию новостных сообщений на английском языке. Построенная в результате проведенного исследования модель представления информации может найти применение в профессиональной деятельности журналистов электронных СМИ.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Новостной текст печатной газеты и сетевой новостной текст обнаруживают генетическую связь, поскольку газетный новостной текст является прототипом сетевого новостного текста. Газетный новостной текст и сетевой новостной текст подчиняются общим законам текстопостроения, основанным на их формально-содержательной общности: отнесенности к одному типу текста (новости) и топику (политика).

2. Между печатной и электронной версиями новостного текста существуют различия, обусловленные экстралингвистическими факторами, которые включают набор правил построения текста и дискурсивных стратегий представления информации.

3. Медийная картина мира – это ментальный образ действительности, формируемый СМИ. Она включается в информационную картину мира как составная часть, поскольку ее содержанием становится отобранная и передаваемая по каналам СМИ информация.

4. С позиций когнитивного подхода представление информации в сетевом новостном тексте является ментальной моделью, имеющей полевую структуру, состоящую из ядра, околоядерной зоны и периферии. Ядро, то есть обязательную часть модели, составляет событие, послужившее информационным поводом для создания текста. Ближняя периферия включает стратегии представления фактуальной информации, дальняя периферия – стратегии подачи концептуальной информации.

5. Дискурсивные стратегии представления фактуальной информации регулируют процесс ментальной обработки пропозиционального знания о фрагменте действительности с целью его вербализации в формально-содержательных структурах текста с разной степенью детализации. Стратегии представления концептуальной информации определяют как способы языковой объективации события, так и особенности его интерпретации, которые отражают мнение автора и позицию коллектива Интернет-издания.

**Апробация работы** осуществлялась на научно-практических конференциях – Международной научно-практической конференции «Современные проблемы взаимодействия языков и культур», Благовещенск (2008, 2012, 2014 гг.), региональной научно-методической конференции «Образовательная среда вуза: ресурсы, технологии», Благовещенск (2011). Основные положения и результаты диссертационного исследования обсуждались на заседаниях кафедры пере-



вода и межкультурной коммуникации и кафедральных научно-методических семинарах Амурского государственного университета.

Основные результаты исследования отражены в 8 публикациях, 3 из которых опубликованы в научных изданиях из перечня ВАК.

**Структура диссертационного исследования.** Диссертация состоит из Введения, трех Глав, Заключения, Библиографии из 175 источников и Списка использованных источников.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обосновывается актуальность и новизна работы, выбор объекта и предмета исследования, формулируются цели и задачи диссертации, раскрывается ее теоретическое и практическое значение.

В **Главе первой («Теоретические основания исследования дискурса СМИ»)** приведен обзор работ по проблемам медиадискурса; излагается принимаемый в диссертации подход к определению дискурса и медиадискурса; рассматриваются особенности функционального и когнитивно-дискурсивного аспектов дискурса СМИ.

В параграфе **1.1. («Дискурс как объект лингвистического исследования»)** приводятся сложившиеся подходы к определению термина «дискурс». В целом, большинство исследователей, принадлежащих к различным научным направлениям и школам, используют данное понятие для обозначения речевых высказываний в совокупности с экстралингвистическими условиями их реализации, связанными с коммуникативными (социальными, функциональными) и когнитивными факторами. Результатом дискурсивной деятельности становится порождение текста, отражающего конвенциональные правила и способы его построения, принятые в данной коммуникативной сфере.

В параграфе **1.2. («Дискурс СМИ в функциональном и когнитивном аспектах»)** устанавливается, что дискурс СМИ опосредует передачу информации в массовой коммуникации и обладает рядом функциональных и когнитив-

ных особенностей. Дискурс СМИ одновременно выполняет функции информирования и воздействия. Используемые в нем конвенциональные и специфические средства «упаковки» содержания в текстах разного типа позволяют формировать картину мира читателя и его отношение к окружающей действительности.

В параграфе **1.3. («Медийная картина мира и дискурс СМИ»)** рассматривается проблема формирования медийной картины мира как когнитивной сферы бытования знаний и мнений об окружающей действительности, которые объективируются в дискурсе СМИ. Основными параметрами медийной картины мира являются упорядоченность входящих в ее состав компонентов, аксиологичность, иерархическая организация фрагментов, динамичность обновления, регулятивность и культуроспецифичность.

Упорядоченность компонентов медийной картины мира зависит от тематического структурирования медиапотока. Сложившиеся в СМИ устойчивые тематические блоки, такие как «политика», «экономика», «образование», «спорт», а также клишированность медиатекстов составляют основу концептуального структурирования медийной картины мира. Каждый ее фрагмент аксиологически нагружен, что обусловлено присутствием оценки в текстах СМИ и, в свою очередь, определяет использование оценочных средств во вновь создаваемых медиатекстах. Это особенно актуально при передаче информации о политических событиях, так как отдельные журналисты и целые издания становятся трансляторами политической идеологии. Так, представители «Большой тройки» Великобритании поддерживают разные парламентские партии: газета «The Guardian» - Либеральную партию, газеты «The Telegraph» и «The Times» - Консервативную<sup>3</sup>. Ценностная значимость, приписываемая каждому фрагменту медийной картины мира, определяет иерархию ее фрагментов. Постоянное обновление корпуса текстов, создаваемых и тиражируемых СМИ, обуславливает

---

<sup>3</sup> Negrine R. M. Politics and the mass media in Britain / R. M. Negrine. – London: Routledge, 1994. – P. 9.

динамичный характер медийной картины мира. Стоит подчеркнуть, что наибольшей оперативностью представления информации обладают сетевые СМИ, в частности Интернет-газеты.

Медийная картина мира в совокупности присущих ей признаков – динамичность, иерархичность, аксиологичность – определяет дискурсивные стратегии представления информации в текстах СМИ, ориентирует автора в выборе стратегий подачи информации, характерных для данного типа текста, поскольку содержит знание о представляемом событии: каковы его ценностная значимость, фактуальная соотнесенность с другими событиями, оценочная направленность.

Таким образом, понятие медийной картины мира вводится в диссертационное исследование с целью показать, какое влияние оказывают экстралингвистические факторы на выбор дискурсивных стратегий представления информации в сетевом новостном тексте.

**Вторая Глава («Сетевой новостной текст в дискурсивном пространстве Интернет-газеты»)** посвящена рассмотрению типологических формально-содержательных характеристик новостного текста Интернет-газет (сетевого новостного текста), служащих основой представления информации (2.1.). В этой связи в ходе исследования была проанализирована структура текста данного типа в совокупности его формальных и содержательных характеристик (2.2.).

В содержательную структуру сетевого новостного текста (СНТ) входят такие компоненты как топик, тема и подтемы. Формальная структура включает рубрику, заголовок, подзаголовок, вводное предложение и тело текста. Что касается суперструктуры, то она включает блоки Краткое содержание, представленное заголовком и подзаголовком; Главное событие, описываемое во вводном предложении; Фон, формирующий контекст, в котором развивается представляемое событие.

Перечисленные формально-содержательные параметры характеризуют новостной тип текста в целом, и анализ практического материала демонстрирует специфичность их реализации в СНТ. Так, новостной текст Интернет-газет снабжается двумя заголовочными комплексами, расположенными на двух страницах: на уровне рубрики и на уровне собственно текста. Кроме того, блоки Краткое содержание и Главное событие также распределяются по двум уровням сайта Интернет-газеты и получают различное языковое воплощение.

Жесткая конвенциональная структура СНТ определяет порядок следования дискурсивных стратегий представления информации и позволяет делать вывод о наличии облигаторных стратегий, являющихся основой построения новостного текста, и факультативных стратегий, набор которых определяется особенностями сферы реализации текста и коммуникативной ситуацией в целом.

Данное положение подтверждается проведенным исследованием новостных текстов печатных и Интернет-газет (2.3.). Было установлено, что СНТ сохраняет базовые параметры своего печатного прототипа: формально-содержательную структуру, общий подход к представлению информации, характеризующий новостные тексты качественных газет, конвенциональные и форматные параметры новостного типа текста. При этом сопоставление идентичных с точки зрения содержания и авторства сетевых и печатных новостных текстов позволяет делать вывод о существовании различий в представлении информации в них.

Во-первых, опубликование текста в печатной газете сопровождается формированием объемных композиционно-структурных блоков (абзацев), предложения внутри которых объединены общей тематикой. В Интернет-газете тот же текст дробится на более мелкие композиционные элементы, почти каждое предложение становится отдельным абзацем.

Во-вторых, печатный текст и его сетевой вариант часто имеют разные заголовки. В результате проведенного исследования было выявлено, что новост-

ные тексты традиционных газет имеют более экспрессивные заголовки, в которые могут включаться культуроспецифичные компоненты содержания, понятные читателю британской прессы. В то же время, при создании заголовков сетевых новостных текстов авторы стремятся более точно передать пропозициональное содержание статьи, отказываясь от экспрессивности и выраженной культуроспецифичности. Это объясняется ориентацией Интернет-газет на более широкую читательскую аудиторию, которая может не обладать фоновыми знаниями, присущими представителям британской лингвокультуры.

В-третьих, в ходе исследования выявлены различия в типичных формах построения заголовков. В Интернет-изданиях они представляют собой простое предложение, вербализующее пропозицию, в которой суммируется содержание всего текста. Печатные газеты содержат большое количество заголовков, не имеющих предикативной оформленности.

В-четвертых, сетевой новостной текст имеет больший объем по сравнению с печатным вариантом: отдельные абзацы, присутствующие в тексте Интернет-газеты, исключаются из состава печатного. Удалению подвергаются последние абзацы, то есть компоненты содержания текста, обладающие наименьшей релевантностью по отношению к основной теме.

В третьей Главе («Дискурсивные стратегии представления информации в сетевом новостном тексте британских СМИ») представление информации анализируется как стратегический процесс, в ходе которого коммуникативная цель соотносится со сложившимися в данном типе дискурса способами передачи содержания (3.1.). Важно подчеркнуть, что вид дискурса, в частности медиадискурс, ориентирует автора сетевого новостного текста в выборе средств реализации коммуникативного замысла, что означает существование конвенционального набора стратегий, используемых для представления информации именно в дискурсе СМИ, - дискурсивных стратегий.

Под стратегией представления информации при этом понимается механизм соотнесения целей коммуникации с когнитивно-дискурсивными парамет-

рами создаваемого речевого сообщения, лежащий в основе вербализации структур знания автора о событии окружающего мира. Реализация сетевым новостным текстом функций информирования и воздействия определяет присутствие в его содержании фактуальной и концептуальной информации, представленной с использованием соответствующих стратегий. С точки зрения когнитивно-дискурсивного подхода, сложившаяся формально-содержательная структура сетевого новостного текста может быть рассмотрена в качестве алгоритма порождения текста данного вида.

Представление информации в новостном тексте Интернет-газет осуществляется автором-журналистом на основе имеющейся в его сознании модели, включающей знание о некотором событии, в частности относящемся к сфере политики, и о дискурсивных стратегиях представления информации, типичных для сетевого новостного текста (3.2.). Таким образом, модель представления информации в сетевом новостном тексте имеет полевую структуру. В ядре этого ментального поля находится образ события, послужившего информационным поводом для создания текста, в околоядерной зоне находятся дискурсивные стратегии представления фактуальной информации, нацеленные на реализацию приоритетной функции – информирования. Периферийная часть модели – это дискурсивные стратегии представления концептуальной информации, используемые автором с целью оказать воздействие на мировидение адресата. Таким образом, данная модель отражает когнитивный механизм, лежащий в основе перевода информации о событиях окружающей действительности в текст, а также учитывает коммуникативную составляющую этого процесса, поскольку демонстрирует обусловленность выбора дискурсивных стратегий представления информации целями создания текста новостного типа.

В параграфе 3.3. («**Дискурсивные стратегии представления фактуальной информации**») представлена стратегия поэтапного развертывания содержания (3.3.1.), которая обеспечивает передачу всех эпизодов образа события, иерархически структурированных по принципу ценности и релевантности.

В процессе представления фактуальной информации происходит постепенное добавление элементов пропозиционального содержания при переходе от одного уровня семантической структуры текста к следующему.

Данная стратегия реализуется в разнонаправленных тактиках редукции и развертывания текстового содержания.

Когнитивной сутью тактики *редукции* текстовой информации является категоризация комплексного образа события и сведение содержания текста к емким и обобщенным когнитивным структурам, которые вербализуются в сетевом новостном тексте.

Для выполнения задачи рубрикации материала используется прием сведения информации о событии внешнего мира к концепту, очерчивающему тематическую область, к которой следует отнести данный сетевой новостной текст. Результатом концептуализации текстового содержания является топик, вербализующийся в названии рубрики. Анализ практического материала показал, что тематическая рубрика «Politics», в свою очередь, может дробиться на более узкие тематические области, что находит подтверждение в существовании большого количества подрубрик в данном разделе: *Gordon Brown, David Cameron, Barack Obama, Criminal Justice, Human Rights, Torture, Freedom of Information, UK Politics, Scotland, Northern Ireland*.

Определение темы СНТ, представляющей собой ядерную, главную пропозицию в структуре текстового содержания, и построение заголовка также осуществляются с использованием тактики редукции.

Заголовок сетевого новостного текста представляется на двух уровнях сайта Интернет-газеты: на первом уровне, в анонсе опубликованных в данной рубрике статей; и на втором уровне, непосредственно в СНТ.

В ходе анализа было выявлено, что объем передаваемой информации в заголовках первого и второго уровней разный: первый заголовочный комплекс передает меньший объем информации, однако является более экспрессивным, второй более полно выражает тему СНТ и содержит меньшее количество экс-

прессивных средств выражения, например: *How a six-year-old deals with poverty – Children of the UK wealth divide: how a six-year-old deals with poverty*<sup>4</sup>, *Huckabee criticizes Portman – Mike Huckabee criticizes Portman for 'glamorising' single motherhood*<sup>5</sup>;

В целом, редукция текстового содержания при создании заголовков СНТ осуществляется на основе таких приемов как:

а) усечение ядерной пропозиции, то есть выражение неполного пропозиционального содержания. К примеру, в заголовке *Ulster parties given 48 hours*<sup>6</sup> нет указания на важный компонент ядерной пропозиции текста – на что партиям дано время;

б) грамматическое варьирование при передаче пропозиционального содержания темы: использование именных двух- и трехкомпонентных словосочетаний, позволяющих «свернуть» сложноподчиненное предложение с придаточным определительным;

в) использование ключевых слов, которые являются устойчивыми тематическими составляющими медиа-контента, узнаваемыми читателем. В роли ключевых слов могут выступать имена политических деятелей: *David Cameron: we will make teaching 'a noble profession' again*<sup>7</sup>, *Gordon Brown: Afghan handover by end of the year*<sup>8</sup>, или словосочетания, отражающие топик, ассоциирующийся в обществе с актуальными событиями: *MPs' expenses: Bernard Jenkin has repayment halved*<sup>9</sup>,

г) вариативная номинация находящегося в центре новостного события человека: возможны опущение имени – *Obama faces emissions U-turn with new*

---

<sup>4</sup> Children of the UK wealth divide: how a six-year-old deals with poverty // The Guardian. 29.01.2010.

<sup>5</sup> Mike Huckabee criticizes Natalie Portman for 'glamorising' single motherhood // The Telegraph. 04.03.2011.

<sup>6</sup> Ulster parties given 48 hours // The Guardian. 27.01.2010.

<sup>7</sup> David Cameron: we will make teaching 'a noble profession' again // The Telegraph. 17.01.2010.

<sup>8</sup> Gordon Brown: Afghan handover by end of the year // The Telegraph. 28.01.2010.

<sup>9</sup> MPs' expenses: Bernard Jenkin has repayment halved // The Telegraph. 30.01.2010.



*Congress challenge*<sup>10</sup> (имеется в виду президент США Барак Обама); опущение фамилии – *Boris acts to boost London recycling*<sup>11</sup> (речь о мэре Лондона Борисе Джонсоне); а также метонимическая замена имени политика – *Disillusioned Jack Straw plotted against Gordon Brown in bid to take over No 10*<sup>12</sup> (подразумевается премьер-министр Великобритании Дэвид Кэмерон). С целью укорачивания заголовка применяются также устоявшиеся в массовой коммуникации сокращения и аббревиатуры: *Lib Dems rule out coalition government – Liberal Democrats, либеральные демократы*<sup>13</sup>; *MPs back referendum on voting system reform – Members of Parliament, члены Парламента*<sup>14</sup>.

Тактика *развертывания* содержания СНТ используется для представления дополнительной информации, передаваемой в качестве фона, на котором происходит главное событие, и реализуется посредством приема фрагментации. Данный прием заключается в визуальном и семантическом обособлении структурных элементов текста (абзацев), что позволяет вводить в текст любую информацию, опосредованно связанную с общей темой текста, не учитывая необходимость обеспечения линейной связности содержательных элементов текста.

Прием фрагментация подразумевает отказ от традиционных средств логической когезии: в сетевых новостных текстах нет союзных слов, эксплицирующих логику рассуждений автора; крайне редко встречаются внутренние текстовые заголовки, отделяющие одну подтему от другой; пропозиции, входящие в одну подтему, «разбросаны» по всему телу текста, переплетаясь с пропозициями других подтем.

К числу дискурсивных стратегий представления фактуальной информации следует отнести стратегию деперсонализации (3.3.2.), которая нацелена на придание изложению объективности. Данная стратегия реализуется посредст-

---

<sup>10</sup> Obama faces emissions U-turn with new Congress challenge // The Guardian. 19.01.2010.

<sup>11</sup> Boris Johnson acts to boost London's recycle rates // The Guardian. 18.01.2010.

<sup>12</sup> Disillusioned Jack Straw plotted against Gordon Brown in bid to take over No 10 // The Observer. 21.02.2010.

<sup>13</sup> Lib Dems rule out coalition government // The Guardian. 17.04.2012.

<sup>14</sup> MPs back referendum on voting system reform // The Guardian. 16.03.2011.

вом тактики *дистанцирования*, которая находит языковое воплощение в следующих приемах:

- использование модальных слов, позволяющих снижать категоричность суждения, например: *Milburn's intervention may do something to clarify the issues*<sup>15</sup>; *Lib Dem MPs did not register a vote with the government, in what seemed like a sizeable protest*<sup>16</sup>; *deadlock likely on commission pondering a British bill of rights*<sup>17</sup>;

- цитирование, позволяющее снять с автора ответственность за характер и способ представления содержания, а также обосновать точку зрения автора и верифицировать представленные в тексте факты;

- ссылка на авторитетные источники, например, *the Guardian has established*<sup>18</sup>, *a major Government survey has revealed*<sup>19</sup>.

В параграфе **3.4. («Дискурсивные стратегии представления концептуальной информации»)** рассматриваются стратегии, нацеленные на оказание воздействия на читателя с помощью включения в содержание сетевого новостного текста структур, отражающих результат личной или коллегиальной (разделяемой редакцией газеты в целом) авторской интерпретации и оценки информации.

Стратегия интерпретации информации (3.4.1.) реализуется автором в сетевом новостном тексте благодаря тактике *введения в заблуждение* с помощью такого приема, как неточная передача содержания на разных уровнях структуры текста. Например, в следующем примере можно говорить о введении читателя в заблуждение относительно информации, представленной в тексте. Заголовок «*Boris Johnson blames Margaret Thatcher for roadworks 'disgrace'*»<sup>20</sup> ясно сообщает о том, что Маргарет Тэтчер, являющаяся знаковой политической

---

<sup>15</sup> The £100bn schools scandal // The Times. 24.01.2013.

<sup>16</sup> Top Lib Dems open rift over coalition // The Times. 16.02.2012.

<sup>17</sup> Britain at risk of worse deficit crisis than Greece // The Telegraph. 13.01.2012.

<sup>18</sup> Barclays chief attacks Obama plan // The Guardian. 27.01.2012.

<sup>19</sup> On borrowed time: shock deficit threatens UK recovery // The Times. 17.02.2013.

<sup>20</sup> Boris Johnson acts to boost London's recycle rates // The Guardian. 18.01.2010.

фигурой Великобритании, обвиняется Борисом Джонсоном в плохом состоянии дорог. На деле статья посвящена новому законопроекту, посвященному правилам ведения дорожных работ в Лондоне и внесенному на рассмотрение Б. Джонсоном. Заголовочная пропозиция частично реализуется в нижней части семантической структуры текста в абзаце, содержащем прямую речь политика: «*I am afraid it all goes back to Mrs Thatcher. She decided that these new concerns should be given every possible help in maximising efficiency and delivering services*». Следует отметить, что глагол *blame*, использованный автором в заголовке, не соответствует модальности, присутствующей в речи Б. Джонсона, который положительно оценивает деятельность М. Тэтчер (*entirely reasonably*) и использует «смягчающую» его выводы фразу *I am afraid*.

Реализация стратегии интерпретации информации также осуществляется посредством тактики *выражения оценки*, реализующейся с помощью таких приемов как:

1) применение экспрессивных лексических средств. Применение данного приема усматривается в следующих случаях:

- использование слов, разговорного стиля, например: *Supermarkets at root of veg shortage*<sup>21</sup>, *Work until 80 under plan to axe retirement*<sup>22</sup>, *Alastair Campbell is grilled at the Iraq Inquiry*<sup>23</sup>;

- использование слов с семой актуальности, новизны – *latest, breaking, sensational, scandal*, например: *Latest: Haiti tragedy deepens as aid efforts thwarted*<sup>24</sup>, *Breaking: Clinton launches attack on China over cyberspying*<sup>25</sup>, *The £100bn schools scandal*<sup>26</sup>;

- использование приема высмеивания, сатиры. Например, в предложении «*David Cameron darted from meeting to meeting in Downing Street on Friday*<sup>27</sup>»

---

<sup>21</sup> British supermarkets at root of vegetable supply problem // The Guardian. 15.01.2010.

<sup>22</sup> Work until 80 under plan to abolish retirement // The Times. 11.01.2013.

<sup>23</sup> Alastair Campbell is grilled at the Iraq Inquiry // The Times. 11.01.2013.

<sup>24</sup> Haiti earthquake: law and order breaks down // The Telegraph. 14.01.2010.

<sup>25</sup> Breaking: Clinton launches attack on China over cyberspying // The Telegraph. 21.01.2012.

<sup>26</sup> The £100bn schools scandal // The Times. 24.01.2013.

<sup>27</sup> MPs back referendum on voting system reform // The Guardian. 20.04.2012.

глагол «*dart*», имеющий значение *to run or move quickly*, имеет пейоративную окраску и создает образ суетливого человека, что противоречит типичному представлению о политике, занимающем высокий пост премьер-министра, а потому уверенного в себе и неспешного;

2) специфическое структурирование содержания текста может быть проиллюстрировано на примере статьи «*Coalition split over £63 bn AstraZeneca bid by US rival Pfizer*»<sup>28</sup>. Ее содержание сводится к критике Э. Милибэндом, возглавляющим Лейбористскую партию, готовящегося поглощения крупнейшей британской фармацевтической компании *AstraZeneca* американской корпорацией *Pfizer*. Представители конкурирующей Консервативной партии британского парламента, напротив, данную сделку поддерживают. Позиция Э. Милибэнда представляется в верхней части текстовой структуры, что сигнализирует читателю о значимости этой информации. Противоположная точка зрения конкурирующей партии представлена в разделе Фон в качестве деталей основного события. Мнение Консервативной партии, таким образом, нивелируется, подается как менее важная информация.

Тактика *персонификации автора* как средство реализации стратегии интерпретации информации заключается в использовании приема биографической справки, содержащей фотографию журналиста, его имя, данные о должности, послужном списке, участии в освещении важных политических событий, а также приверженности определенной политической силе. Введение в околотекстовое пространство сетевого новостного текста данных об авторе позволяет эксплицировать за пределами СНТ его идеологический заряд, а также демонстрирует ответственность редакции газеты и конкретного автора за изложенные факты, делает статью более убедительной.

Стратегия формирования общественного мнения (3.4.2.) заключается в одновременном мониторинге и формировании общественного мнения автором

---

<sup>28</sup> Coalition split over £63 bn AstraZeneca bid by US rival Pfizer // The Guardian. 03.05.2014.

СНТ. Реализация данной дискурсивной стратегии прослеживается во включении в околотекстовое пространство СНТ читательских комментариев.

Количественный анализ практического материала демонстрирует совпадение читательской и авторской оценок. Это объясняется как схожестью идеологических взглядов газеты и ее потенциальных читателей, так и особенностями представления информации в тексте. Формирование общественного мнения осуществляется посредством тактик *стимулирования положительной или отрицательной оценки* у читателей, что достигается с помощью таких приемов как:

- представление положительно оцениваемой автором информации в верхних уровнях текстовой структуры, являющихся приоритетными по отношению к остальным текстовым уровням и воспринимаемых читателем в качестве главной текстовой информации;

- помещение отрицательно оцениваемой автором информации в нижнюю часть текстовой структуры, которая рассматривается читателем как фоновая, необязательная, факультативная для прочтения часть текста;

- многократное повторение в СНТ пропозиции, отражающей положительную оценку события автором. При этом данная пропозиция может получать вариативное вербальное воплощение с тем, чтобы сделать такое воздействие на восприятие содержания завуалированным.

К числу тактик, реализующих стратегию формирования общественного мнения, относится введение в СНТ стимулов к комментариям: броских заголовков, графически акцентируемых статистических данных, цитат эмоциональных или провокационных высказываний политиков. Например, в упомянутой выше статье приводятся слова представителя Консервативной партии Г. Шеппса, который критикует Э. Милибэнда, обвиняя его в ущемлении интересов британцев: *«Miliband's approach is to simply be anti-business, anti-jobs, and anti-job security that families in this country want»*. Данное высказывание послужило стимулом к большому количеству читательских комментариев в под-

держку Милибэнда: *Anti-business. We could do with a bit of that to be honest. Let's put people before profit for a change (metropolis10); «anti-business» means pro-humanity, pro-populace, pro-the-worker (Omasta); the Tories are anti-British (StevenJ19).*

Совокупность дискурсивных стратегий представления фактуальной и концептуальной информации в сетевом новостном тексте обеспечивает формирование особенной коммуникативной среды, в которой происходит непрерывное производство сообщений, служащих источником информации о мире. Формируемая новостными текстами Интернет-газет медийная картина мира служит не только пополняемым «банком» фактов и оценок, но и призмой, через которую осуществляются дальнейшее восприятие и интерпретация событий действительности. В этой связи нельзя не отметить роль англоязычных, в частности, британских Интернет-газет в распространении актуальной политической информации, учитывая объем текстов, ежедневно производимых на английском языке.

В **Заключении** обобщаются результаты проведенного исследования и делаются выводы относительно особенностей реализации дискурсивных стратегий представления информации в новостном тексте британских качественных Интернет-газет.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

**1. Интегрированный подход к анализу процесса порождения текста // Вестник Челябинского государственного университета. Выпуск 54, серия «Филология. Искусствоведение». № 13. 2011. С. 31-34.**

**2. Структурная организация сетевого новостного текста // Вестник Челябинского государственного университета. Выпуск 85, серия «Филология. Искусствоведение». № 35. 2013. С. 11-15.**

**3. Медийная картина мира // Казанская наука. № 9. 2014. С. 111-114.**

4. Публицистика как средство информирования и воздействия // Язык. Культура. Коммуникация. Сборник научных трудов / под ред. Т. Ю. Ма, И. Г. Ищенко. – Благовещенск: Изд-во Амурского гос. ун-та, 2009. С. 16-25.
5. Представление информации в заголовке сетевого новостного текста // Вестник Амурского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». Выпуск 52. 2011. С. 114-117.
6. Содержание сетевого новостного текста // Язык. Культура. Коммуникация. Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 2. / под ред. Т. Ю. Ма, И. Г. Ищенко. – Благовещенск: Изд-во Амурского гос. ун-та, 2011. С. 4-11.
7. Редукция и детализация информации в сетевом новостном тексте // Современные проблемы взаимодействия языков и культур. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – Благовещенск: Изд-во Амурского гос. ун-та, 2012. С. 29-33.
8. Интернет-газета как новый вид СМИ // Вестник Амурского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». Выпуск 62. 2013. С. 161-165.